

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام و الإتصال



الموضوع :

تمظهرات الواجهة الاجتماعية

عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

دراسة إثنوغرافية على عينة من مستخدمي صفحة "mkamat laghouat"

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال و علاقات عامة

إشراف:

إعداد:

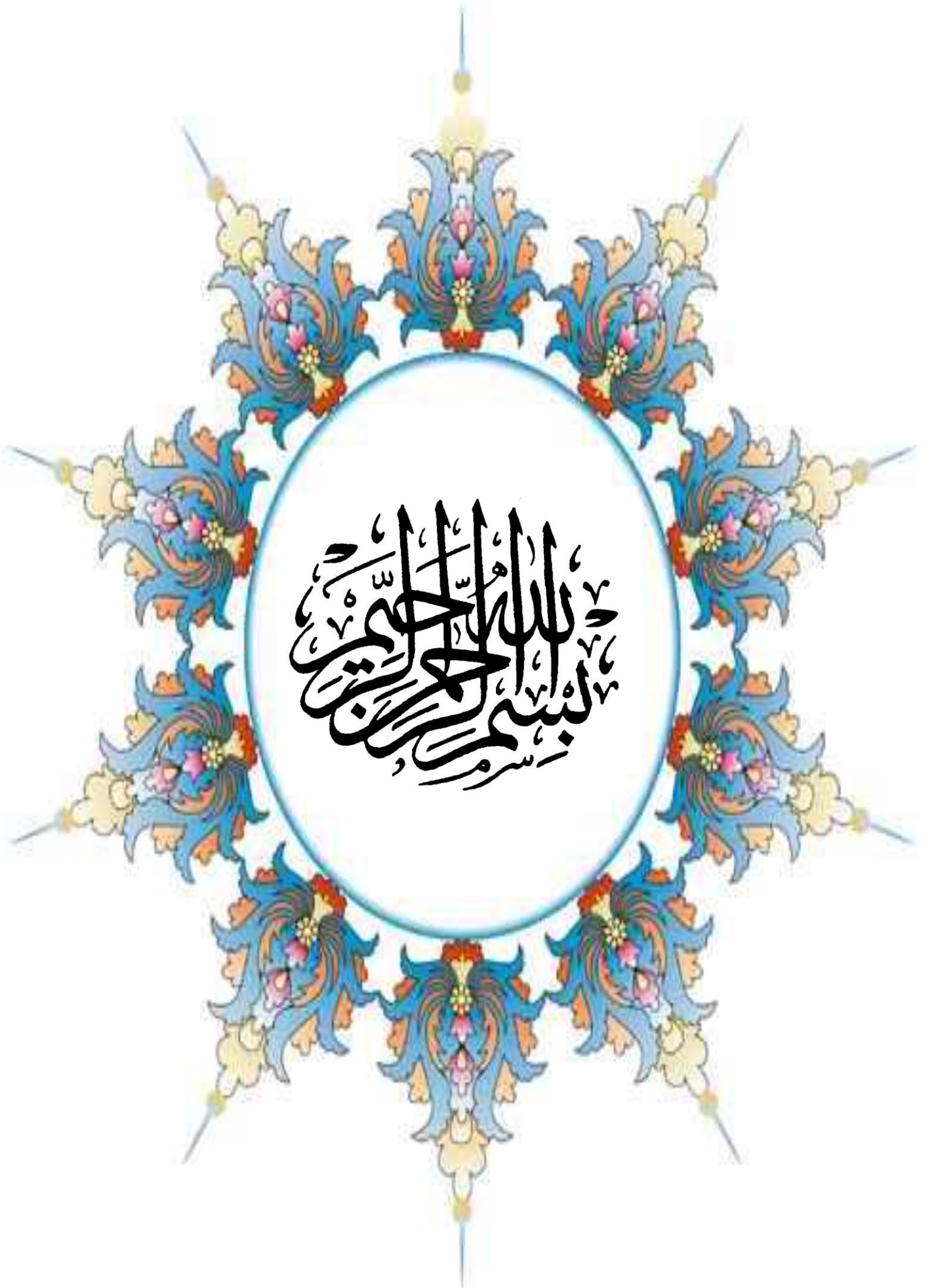
د. ذهيبية آيت قاسي

كهديني نجاة

كهمجلد إيمان

السنة الجامعية 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر و عرفان

الحمد لله الذي خلقنا و شق سمعنا و بصرنا...
نحمده حمدا كثيرا مباركا فيه أن وفقنا لإتمام هذا العمل...
نتقدم بشكرنا الخاص و الخالص و امتناننا إلى الأستاذة
ذهبية آيت قاسي
التي وقفت معنا و كانت سندنا لنا من أجل إنجاز هذا
العمل...

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم في إنارة
عقولنا بالعلم النافع و لو بحرف واحد... و في إرشادنا إلى
الخلق الكريم.. من زملاء و معلمين و أساتذة.
إلى كل من ساعدنا على إنجاز هذا العمل... ولو بالكلمة
الطيبة

الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم و زيننا بالحلم.....

و أكرمنا بالتقوى

أهدي عملي المتواضع هذا إلى :

من قال فيهما عز وجل { اخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا }

إلى رمز المحبة و العطاء....ينبوع الحنان...جنتي ...

أمي الغالية حفظها الله

إلى من زرع في نفسي حب العلم و العمل و الإصرار على تحقيق أهدافي.....

أبي العزيز أطل الله في عمره

إلى أمي الثانية...رفيقتي منذ خطواتي الأولى في الحياة...

أختي الغالية أمال

إلى سندي في الحياة...إخوتي عبد العزيز. إبراهيم. أحمد و علي طه

إلى حبيبتي... أختي الثانية سماح

إلى رفيقات دربي العلمي..

العمرى فاطمة الزهراء. بحماني وئام. كريمي حنان. كريمي شيماء. مجلد

إيمان و لخذاري فريال

نحاة

الإهداء



الحمد لله الذي وفقنا لتتمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه
أهدي عملي إلى تلك الإنسانية العظيمة التي لطالما تمننت أن تقر عينها برويتي في
يوم كهذا، التي توسدت التراب، قبل أن تحقق أمنيتها، إلى سر نضالي و
اجتهادي...

إلى جدتي رحمها الله

إلى ذلك الحرف اللامتناهي من الحب و الرفقة و الحنان، التي ببصرها افتديت...
أمي

إليك يا أبي يا نهر الحب الذي يجري في روحي ياقدوتي و أملي و يا سندي في
الدنيا

إلى من يذكرهم القلب قبل أن يكتبهم القلم إلى من قاسموني حلو الحياة و مرها
تحت سقف واحد، إخوتي و أخواتي:

أمينة. جبارة. أمال

محمد. الحاج. عبد القادر. يوسف

و إلى كل من يحمل لقب "مجلد" أعمامي

إلى أحسن من عرفني بهم القدر...

إلهام الشيخ. سهيلة لطرش. ليديا بوصحراء. نجاة ديني. دكتور الفاضل عبد
القادر بن جدو و إسماعيل مشراوي



إيمان

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لمعرفة دوافع نشر و إبراز مظاهر الوجاهة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تحت تساؤل الإشكالية الرئيس: ماهي تمثلات و دوافع توظيف الجمهور المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي لإبراز مظاهر الوجاهة الاجتماعية عبرها؟، حيث تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية، و اعتمدنا على المنهج الإثنوغرافي، استعنا فيها لجمع البيانات بالمقابلة، الملاحظة بالمشاركة و تحليل المحتوى الظاهري، الذين ساعدونا في ملاحظة الظاهرة و التغلغل في المجتمع الأغواطي و جمع المعلومات الكافية حول الموضوع، و تمثل مجتمع البحث في مستخدمات صفحة "Mkamat Laghouat" المتخصصة في نشر مظاهر الاحتفال بالمناسبات العائلية الخاصة بمنطقة الأغواط، و قد اخترنا منهم عينة قصدية ناشطة في هذه الصفحة مكونة من 30 مفردة، ومن أهم النتائج التي توصل إليها دراستنا أن دوافع توظيف المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي لإبراز مظاهر الوجاهة الاجتماعية عبرها متعددة، و لها عدة أبعاد و مجالات فمنها الاجتماعية، النفسية، الأسرية و الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية:

الوجاهة الاجتماعية _ مواقع التواصل الاجتماعي _ الفايسبوك - التظاهرات

Summary study :

The study presues to find out motives for publishing and high lighting aspects of social relevance with the top main questions : what are the representations and motives for using people that use the social media ourstudysouldbelistedunder the descriptive studies and relid on the ethenographicmethod, weused the interview data to becollected and observedthrough the participation and the analysis of the virtual content for thosewhohelped us to observe the pheno,enon and to in volve in laghouat society representingusers of ^M. Laghouat^ page thatitisspecialized in publishingfamilycelebrations in the region of laghouat.We chose some active sampees in this web page of 30 items, The main reseeltswegot are that the motives for yusers to employ the social media sites to highlight the manifestation of the social relevance which are multiple and recurrences and different areas, in cluding social, psychological, family and economical aspects.

Key words :

Social relevance _ social media sites _ facebook _Appearances

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
أب	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
الفصل الأول : المقاربة المنهجية للدراسة	
16	تمهيد
17	أولاً: الإشكالية
19	ثانياً: التساؤلات الفرعية
19	ثالثاً: أسباب الدراسة
20	رابعاً: أهداف الدراسة
20	خامساً: أهمية الدراسة
21	سادساً: نوع الدراسة و منهجها
22	سابعاً: الإطار الزمني للدراسة و عينتها

24	ثامنا: مجتمع الدراسة و عينتها
25	تاسعا: مفاهيم الدراسة
27	عاشرا: الدراسات السابقة
37	خلاصة الفصل
	الإطار النظري للدراسة
	الفصل الثاني : الواجهة الاجتماعية و مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"
40	تمهيد
41	المبحث الأول: الواجهة الاجتماعية
41	المطلب الأول: تعريف الواجهة الاجتماعية
42	المطلب الثاني: مفردات الواجهة الاجتماعية و محدداتها
45	المطلب الثالث: أنواع الواجهة الاجتماعية
46	المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي
46	المطلب الأول: تعريف و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
48	المطلب الثاني: خصائص و أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
51	المطلب الثالث: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي
55	المبحث الثالث: الفاييسبوك
55	المطلب الأول: تعريف الفاييسبوك و نشأته
56	المطلب الثاني: خصائص و خدمات الفاييسبوك

58	المطلب الثالث: مزايا و عيوب الفايبيوك
62	خلاصة الفصل
	الإطار الميداني للدراسة
	الفصل الثالث : الدراسة الميدانية لعينة من مستخدمي صفحة Mkamat laghouat
65	تمهيد
66	المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية
66	المطلب الأول: عرض و تحليل نتائج تحليل المحتوى الظاهري
70	المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الملاحظة و المقابلة
81	المطلب الثالث: نتائج الدراسة
84	خلاصة الفصل
86	خاتمة
88	قائمة المصادر و المراجع
94	الملاحق

مقدمة

مقدمة:

شهد القرن الواحد و العشرين تقدماً تكنولوجياً مذهلاً و متسارعاً في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال و تقنياته الحديثة، حيث ساعدت هذه الأخيرة على الربط بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية متجاوزة بذلك الحدود السياسية و الجغرافية و العزلة الحضارية التي كانت تعيشها معظم المجتمعات البشرية، و قد أثر هذا التطور على العلاقات السياسية و الاقتصادية و حتى أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة و على البناء الاجتماعي للمجتمعات البشرية أو العلاقات الاجتماعية.

و من أبرز تطبيقات التكنولوجيا الحديثة نجد مواقع التواصل الاجتماعي التي أدت و بشكل كبير إلى نشر مختلف الثقافات الحديثة و القديمة التي أصبحت تستعين بمواقع التواصل الاجتماعي لكي لا تندثر، حيث "تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكبر مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة عبر العالم، لتشكيل مجموعة من الشبكات الضخمة، التي تنقل المعلومات الهائلة و بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، و تتضمن معلومات دائمة التطور".¹

و من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي و الشائع استخدامه بكثرة الفيسبوك، الذي يهتم بالتأثير في جمهوره الذي يتمثل في الأفراد و الجماعات بغرض استثمار أوقات الفراغ و الإستمتاع بها و من ثم الاستفادة من هذه الأوقات في الترويج عن النفس من خلال ماتقدمه وسائل اتصاله المختلفة من رسائل و برامج و فقرات إعلامية، حيث يستخدم و بكثرة في إنشاء علاقات اجتماعية جديدة و من مختلف بقاع العالم و بالتالي التعرف على العديد من الثقافات، كأنواع اللباس و الموسيقى المختلفة الخاصة بكل منطقة و مظاهر الاحتفال بمختلف المناسبات كالمولد النبوي و الأعراس و ماصاحبها من مناسبات

¹ - أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، السعودية، جوان 2015 (النشر).

لدى المجتمعات العربية. و قد أدى هذا التطور المتسارع في التواصل إلى خلق أنماط حياة و عادات جديدة، و التي أصبح الأفراد يسعون إلى نشرها على أوسع نطاق لأسباب مختلفة، و التي حاولنا من خلال دراستنا هذه التعرف عليها باعتمادنا على خطة تحوي ثلاثة فصول مقسمة كالتالي:

الفصل الأول: و هو الإطار المنهجي للدراسة و يضم الإشكالية، التساؤلات الفرعية، أسباب الدراسة، أهميتها و أهدافها، مجتمع الدراسة و عينتها، نوع الدراسة و منهجها، الإطار الزمني و أدوات الدراسة و مفاهيم الدراسة.

أما الفصل الثاني فقد ضم الإطار النظري للدراسة و تحدثنا في عن الواجهة الاجتماعية، تعريفها، محدداتها و أنواعها كما تحدثنا عن مواقع التواصل الاجتماعي، تعريفها، أنواعها، خصائصها و غيرها، كما تحدثنا عن الفايسبوك، تعريفه، خصائصه و خدماته، تأثيراته و غيرها من المحددات.

أما الفصل الثالث فمثل الإطار الميداني للدراسة و تناولنا فيه عرض و تحليل نتائج كل من تحليل المحتوى الظاهري، الملاحظة و المقابلة، كما عرضنا من خلاله نتائج الدراسة.

الإطار المنهجي

لِلدِّرَاسَةِ

الفصل الأول: المقاربة المنهجية للدراسة

أولاً: الإشكالية

ثانياً: التساؤلات الفرعية

ثالثاً: أسباب الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: أهمية الدراسة

سادساً: نوع الدراسة و منهجها

سابعاً: الإطار الزمني للدراسة و أدوات الدراسة

ثامناً: مجتمع الدراسة و عينتها

تاسعاً: مفاهيم الدراسة

عاشراً: الدراسات السابقة

تمهيد:

سنتطرق من خلال الإطار المنهجي للدراسة إلى إشكالية الدراسة، التساؤلات الفرعية، الأهداف و أهمية الدراسة، كما سنعرف نوع الدراسة و المنهج الذي تدير عليه، العينة و مجتمع البحث، بالإضافة إلى الدراسات السابقة.

_ الإشكالية:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أهم ما ميز عصرنا الحالي حيث ربطت العالم و جعلت منه قرية صغيرة تتلاشى أمامها الحواجز الجغرافية، فروق التوقيت و اختلاف اللغات. حيث أصبح انتشار الأخبار من خلالها سريعا جدا، و التواصل بواسطتها أمرا سهلا و بجودة عالية و سرعة كفاءة فائقة و في وقت واحد، كما أن الوصول إلى أصدقاء في جميع أنحاء العالم صار من السهل عما قبل، كما يعد وسيلة متعة و تسلية و مكانا للإستثمار و الربح الزائد من خلال الإشهار و غيره من الطرق الترويجية.

و من أهم مواقع التواصل الاجتماعي و الأكثر شعبية موقع الفايسبوك، الذي يعتبر من أكثر المواقع انتشارا في العديد من المجتمعات لما يتيح من خدمات و التي تمتاز بمسيرة روح العصر و الفاعلية، و بالرغم من أنه أسس أساسا للتواصل بين طلاب الجامعة إلا أنه تطور و انتشر بسرعة ليصبح أهم وسيلة في العديد من التخصصات و المجالات. و هو موقع يوفر التواصل بين جميع مستخدميه من مختلف دول العالم من خلال تبادل الرسائل النصية و المحادثات الكتابية و الصوتية أو حتى من خلال الفيديو و يوفر خدمة نقل الأخبار و التعرف على العديد من المعلومات.

و من أهم الأمور التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي عموما و الفايسبوك خصوصا نشر مختلف الثقافات و تبادلها عبر العالم، و هذا من التأثيرات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت العديد من الممارسات و العادات منتشرة عبر العالم و ذلك من خلال استخدام الأفراد

للفايسبوك في نشر صور و فيديوهات لمختلف مظاهر الإحتفال و أنواع المقتنيات و هذا ما يعرف

بالوجهة الاجتماعية و التي تعرف بأنها مرتبة أو جاه يسعى الأفراد للحصول عليها داخل مجموعة الأفراد الذين يعيشون معهم و يتشاركون معهم العادات و التقاليد و تربط بينهم صلات اجتماعية، حيث أنها تعتبر صفة قدر و علو شأن بين الناس و تاج يمنحه المجتمع لمن يخدمه و يسعى لحل

قضاياها، غير أنها في وقتنا الحالي اتخذت عدة مسارات منها التركيز في تحديدها على المستوى الدراسي أو المستوى المعيشي و طبيعة المقتنيات و حتى صور الاحتفال و نشر مختلف الممارسات و الثقافات.

و هذا لأسباب قد تكون شخصية أو مشتركة بين جميع المستخدمين. و من هنا نطرح الإشكال الرئيسي لدراستنا:

_ ما هي تمثلات و دوافع توظيف الجمهور المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي لإبراز مظاهر الوجهة الاجتماعية عبرها ؟

_التساؤلات الفرعية:

1. ماهي تمثلات المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ماهي دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ماهو تصور مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمفهوم الواجهة الاجتماعية؟
4. لماذا يوظف المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز مظاهر الواجهة الاجتماعية؟

5. هل يؤثر تفاعل المستخدمين على الناشرين لمظاهر الواجهة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

_أسباب اختيار الموضوع:**أسباب ذاتية:**

1. رغبتنا في دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر صور الاحتفال بالمناسبات
2. اهتمامنا بمعرفة الأسباب الكامنة وراء نشر صور و فيديوهات الاحتفال بمناسبة "الدفوع"

أسباب موضوعية:

1. نقص الدراسات المرتبطة بهذا الموضوع "الواجهة الاجتماعية و مواقع التواصل الاجتماعي"
2. الاستفادة من نتائج الدراسة في الأبحاث العلمية مستقبلا

أهداف الدراسة:

1. معرفة تمثلات المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي
2. التعرف على دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي
3. اكتشاف تصور مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمفهوم الوجاهة الاجتماعية
4. التعرف على سبب توظيف المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في إبراز مظاهر الوجاهة الاجتماعية
5. معرفة إذا ما كان هناك تأثير لتفاعل المستخدمين على الناشرين لمظاهر الوجاهة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المدروس، باعتباره ظاهرة منتشرة في المجتمع الجزائري بصفة عامة و مجتمعا الأغواطي بصفة خاصة و كبيرة، وفي البحث عن مدى استغلال الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض شخصية و عن دوافع نشر صور و فيديوهات مظاهر الاحتفال ، كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من حداثة موضوع الوجاهة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و مواقع التواصل الاجتماعي في حد ذاتها و الاهتمام المتزايد بها في جميع المجالات. و قلة الدراسات في هذا الموضوع و في إعطاء تفسير علمي لظاهرة الوجاهة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

_ نوع الدراسة و منهجها:**1_ نوع الدراسة:**

تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية فهي تقوم على الرصد و المتابعة الدقيقة لظاهرة أو حدث معين، بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة، أو عدة فترات من أجل التعرف

على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى و المضمون و الوصول إلى نتائج و تعميمات تساعد في فهم الواقع و تطويره.¹

كما أنها توفر بيانات مفصلة عن الواقع الفعلي للظاهرة موضوع الدراسة، كما أنه يقدم في الوقت نفسه تفسيراً واقعياً للعوامل المرتبطة بموضوع الدراسة، و يساعد على قدر معقول من التنبؤ المستقبلي للظاهرة.²

صنفت دراستنا ضمن الدراسات الوصفية لأننا نصف العلاقة بين الواجهة الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي و خاصة في السنوات الأخيرة في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي و استغلالها في عدة مجالات.

2_ منهج الدراسة:

_ المنهج هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون جاهلين بها، إما من أجل البرهنة عليها للأخرين حين نكون عارفين بها.

1- ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي النظرية و التطبيق، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان، 2000، ص43
 2- محمد عبيدات و آخرون ، منهجية البحث العلمي .القواعد و المراحل و التطبيقات، دار وائل للنشر، الأردن، 1999، ص47
 3- محمد طه بدوي ، المنهج في علم السياسة، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، مصر ، 2000، ص115

_ كما أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل و تحدد عملياته، حتى يصل إلى نتيجة معلومة.¹

و قد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الإثنوغرافي،

و هو منهج قديم قد تم توظيفه في ميدان الأبحاث الاجتماعية، إلا أن أبحاث الاتصال لم تعتمد عليه إلا في نهاية القرن الماضي.

و يعتمد المنهج الإثنوغرافي على الوصف و التحليل باستخدام الكلمة و العبارة، عوض عن الأرقام و الجداول الإحصائية و يعتمد في جمع البيانات على المقابلة غير المباشرة و الملاحظة بالمشاركة.

و يعرفها بينر هامون بأنها الوصف الموضوعي المباشر لثقافة ما، و لا يكون ذلك إلا عن طريق الملاحظة المباشرة.²

و قد استخدمنا المنهج الإثنوغرافي لأننا وصفنا و حللنا بالكلمات و العبارات لا بالأرقام و الجداول و ووصفنا ظاهرة الواجهة الاجتماعية و علاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي وصفا موضوعيا و هذا يتطلب حصرا استخدام المنهج الإثنوغرافي

_ الإطار الزمني للدراسة:

بدأ التفكير في دراستنا منذ 2019 وذلك عن طريق الملاحظة بالمشاركة و بدأنا البحث الفعلي بعد قبول موضوعنا (15 ديسمبر إلى 15 جانفي) من خلال تتبع منشورات الصفحة التي تمثل مجتمع الدراسة، و أجرينا المقابلات في الفترة الممتدة من (1 إلى 31 مارس 2022)

²- تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة و جمهورها، منكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، منشورة، تخصص قياس جمهور وسائل الإعلام، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011، ص78

ـ أدوات جمع البيانات : تعتبر الوسائل التي تسمح بجمع المعلومات و المعطيات، فقد اعتمدنا في دراستنا على تحليل محتوى، الملاحظة بالمشاركة، المقابلة غير المباشرة

• **تحليل محتوى:** هي تقنية غير مباشرة تطبق على مادة مكتوبة، مسموعة أو سمعية بصرية و هي أشهر التقنيات المطبقة في تحليل المعطيات الثانوية و هي أفضل التقنيات لتحليل ليس فقط المواد المنتجة حاليا بل محتوى المواد التي أنتجت في الماضي. و له عدة أشكال، منها الشكل الذي سنعتمد عليه هو: تحليل محتوى الظاهري حيث يعد الممارسة العادية للتحليل، أي ما هو معلن عنه بشكل واضح أي ماتعرضه المادة أو الوثيقة.

ـ استعنا بتحليل المحتوى الظاهري لمعرفة نوع المنشورات و كم حصدت من إعجاب و ما طبيعة التعليقات و كم عددها، أما الملاحظة بالمشاركة فهي أنسب طريقة لأخذ المعلومات من مجتمع قد لا يجيبك على الأسئلة و لمعرفة الأجوبة الصحيحة و جب علينا التوغل في مجتمع الدراسة و التصرف بنفس تصرفاته و معاشته

• **الملاحظة بالمشاركة:** تعني أن الباحث يخضع نفسه إلى الظروف المختلفة لمجتمع البحث، من حيث المشاركة في الحياة العادية لأفراده، و القيام بأعمالهم المختلفة. أي اعتبار نفسه جزءا من المجال المدروس حيث يتفاعل و يتجاوب مع أفراده، كأنه عضو منهم.

ـ أما الملاحظة بالمشاركة فهي أنسب طريقة لأخذ المعلومات من مجتمع قد لا يجيبك على الأسئلة و لمعرفة الأجوبة الصحيحة و جب علينا التوغل في مجتمع الدراسة و التصرف بنفس تصرفاته و معاشته

• **المقابلة غير المباشرة:** و تجرى بواسطة الاتصال الهاتفي، أو عن طريق واحدة من وسائل الاتصال التي توفرها الشبكة الإعلامية.

و تعتمد فيها على الأسئلة المفتوحة و هي أسئلة تطرح تخرج عن الإجابة المحددة، أو تلك المحصورة في احتمالات اختيارية، تعطى فيها الحرية للمتكلم دون محددات للزمن أو الأسلوب، و هي لا تستدعي كلاما بعيدا أو لا صلة له بالموضوع.¹

_ و بما أن أفراد العينة من مستخدمي الفايسبوك رأينا أنه من الأنسب أن نقوم معهم بمقابلة غير مباشرة بأسئلة مفتوحة حتى نصل من خلال إجاباتهم إلى أجوبة للتساؤلات الفرعية...

_مجتمع الدراسة و عينتها:

❖ **مجتمع البحث:** هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث، أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة.

و هناك من يطلق عليها مجتمع الدراسة مسمى المجتمع الأصلي، و يقصد به كامل الأفراد أو الأحداث أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة.²

حيث يتمثل مجتمع الدراسة في هذه الدراسة في مستخدمات الصفحة المتخصصة في نشر صور و فيديوهات المناسبات و الإنجازات في ولاية الأغواط صفحة "Mkamatlaghouat"

❖ **العينة:** هي جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.

هي جزء من المجتمع يتم اختيارها لغرض دراستها و الوصول إلى بعض الاستنتاجات عن المجتمع و الباحث يلجأ إلى العينة حين يكون من الصعب الوصول إلى كافة أفراد المجتمع.³

¹- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003، ص249

1- سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس، غزة، فلسطين، 2003، ص89
2- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، ط1، عمان، 2008، ص182

و العينة ليست مجرد جزء من المجتمع، و تختار اختيارا واعيا تراعى فيه قواعد و اعتبارات يمكن تعميم نتائجها، و هنا في هذه الدراسة اخترنا الإستعانة بالعينة القصدية و قد اخترناها نظرا لكبر مجتمع الدراسة و هو مجتمع غير معروف (لهذا اخترنا عينة من العينات غير الاحتمالية) و نظرا لاستخدام العديد من المستخدمات لهويات مستعارة و لن نستطيع أن نضمن اتصال جميعهن بالصفحة المراد دراستها، و قد اخترنا المستخدمات الفاعلات في صفحة " Mkamatlaghouat " اللواتي ينشرن الأمور المتعلقة بالخطبة و الدفع.

مفاهيم الدراسة:

1. التظاهرات:

لغة: اسم فعل للمظهرية و هي كل ما يبدو للعيان أو يقع تحت الحواس كالصوت و اللون و هي كذلك واقعة أو حادثة جديرة بالدراسة أو الاهتمام كظواهر نفسية أو اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية، و هي أيضا ما يمكن إدراكه أو الشعور به و ما يعرف عن طريق التجربة و الملاحظة.¹

اصطلاحا: فعل الشيء المعروض للبصر أو المعروض أمام الجمهور، و كل الظاهر لأي شيء، لذلك تتمثل بكونها الشيء المستلم بصريا و ذهنيا. و الذي يحدد عمليات الإنعكاس للظواهر و صفاتها الشكلية.²

التعريف الإجرائي: هي كل ما يدرك بالحواس و يشعر به من صور و فيديوات للمناسبات التي تعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي في شكلها الظاهري.

2. الوجاهة الاجتماعية:

لغة: مصدر وجه، و هي جاه و شرف و ذو وجاهة أي ذو مكانة ، مرتبة، قوة و جاه³

¹ - المنجد في اللغة العربية المعاصرة، باب الضاء، دار المشرق، بيروت، لبنان، ص93

² - صميم حسب الله يحي، نورس عادل هادي، تظاهرات العزلة الاجتماعية في المسرح المعاصر - دراسة سوسيولوجيالية - مجلة الأكاديمي، العدد 96، 2020، ص64

³ - قاموس المنير، قاموس مدرسي، عربي-عربي، دار النهار للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2011، ص217

اصطلاحاً: صفة و قدر و علو شأن بين الناس و هي تاج يمنحه المجتمع لمن يخدمه و يسعى لحل قضاياها.

المكانة العالية التي يحتلها الفرد في نسق العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع و ذلك بالمقارنة مع أوضاع الأفراد الآخرين المناظرين له في ذلك المجتمع.¹

التعريف الإجرائي: هي مرتبة و جاه يسعى الأفراد للوصول إليها من خلال نشر كل مايقدمونه في مختلف المناسبات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع الأوغاوي.

3. مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً:

_ يعرفها بالاس على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة.²

_ يعرفها زاهر راضي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها.³

_ هي مواقع إلكترونية تقدم خدمات اجتماعية لمشاركتها لأغراض التواصل الاجتماعي و الإنساني تؤسسها شركات كبرى لجميع المستخدمين، الأصدقاء و غيرها...و تبرمجها

¹ - قبلان المجالي، المكانة الاجتماعية للمهن والوظائف الشائعة في المجتمع الأردني، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، العدد 1، 1990، ص 23

² - مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص 44

³ - راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 9

لخدمة تكوين صداقات أو البحث عن هوايات و اهتمامات مشتركة، و صور و أفلام و أنشطة لدى أشخاص آخرين.¹

التعريف الإجرائي: هي مجموعة أو منظومة من المواقع التي تسمح للأفراد الاتصال بينهم و نشر جميع انجازاتهم و صور احتفالاتهم بين أفراد المجتمع الذي يعيشون فيه و مشاركة اهتماماتهم.

4. الفاييسبوك:

اصطلاحا:

_ هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين و تمكينهم من تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو، و هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجاوب كبير من الناس خصوصا الشباب في جميع أنحاء العالم.

_ يعتبر موقع من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي و هو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط و إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ماشاء.²

_ هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب-أوبيديا و الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول لمستخدميه إنشاء ملفات شخصية و نشرها بشكل عالمي عبر ذلك الموقع و تكوين علاقات مع مشتركين آخرين.³

¹- هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي و الفضاء العمومي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، منشورة، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2014، ص09

²- فاطمة الزهراء سداوي، الحاج سالم عطية، مواقع التواصل الاجتماعي و تشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري "الفايسبوك نموذجا"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر3، الجزائر، جوان 2020، ص732

³-علي خليل شقرة، الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2014، ص64

التعريف الإجرائي: هو موقع من مواقع العالم الافتراضي يساعد المستخدمين على تلقي المعلومات و نشر الصور و الفيديوهات و التعليقات و غيرها الخاصة بمظاهر احتفالهم بالمناسبات المختلفة و انجازاتهم الشخصية.

الدراسات السابقة:

الدراسات الأجنبية:

1_ دراسة keith n. hampton بعنوان "مواقع الشبكات الاجتماعية و حياتنا"

السنة: 2011، جامعة بنسلفانيا

تمحورت الإشكالية حول: هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص و قطعت علاقاتهم الاجتماعية أم أنها ساعدت في ربطهم بالآخرين؟
وتتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستقصائية حيث تم الحصول على المعلومات من خلال المقابلات الهاتفية و استخدمت فيها العينة العشوائية البسيطة
أهم النتائج:

من خلال العينة المدروسة تبين أن 79% من البالغين الأمريكيين يستخدمون الإنترنت تقريباً نصف عددهم أي حوالي 47% من أصل 59% من مستخدمي الإنترنت على الأقل موقع واحد من

مواقع الشبكات الاجتماعية. و هذا ما يقارب ضعف نسبة البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في 2008

و التي كانت حوالي 26% من أصل 34% من مستخدمي الإنترنت أضف إلى ذلك أن متوسط عمر هؤلاء البالغين المستخدمين للإنترنت قد تغير من 33 سنة إلى 38 سنة في 2010 و حوالي نصفهم هم في عمر 35 سنة و 56% من المستخدمين هم إناث.

هناك فرق كبير في طريقة استخدام الأشخاص لمختلف مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أن 72% مستخدمي الفايسبوك، 33% من مستخدمي التويتر يلجؤون إليهم بصورة يومية في

حين 7% من مستخدمي ماي سبايس و 6% الذين يفعلون ذلك أما متوسط استخدام الفايسبوك في اليوم الواحد فأسفرت النتائج أن:

25% يتحدثون صفحتهم الشخصية، 22% يعلقون على صفحات الآخرين، 20% يعلقون على صور الآخرين، 26% يحبون المضمون الذي يضعه الآخرون، 10% يرسلون رسائل خاصة

كما توصلت الدراسة إلى أن العلاقات الاجتماعية في أمريكا أكثر حميمية مما كانت عليه من قبل عامين و توصلت أيضا إلى أن استخدام الفايسبوك ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد و جزء صغير فقط من مستخدمي الفايسبوك من أمريكا لم يلتقوا بأصدقائهم في الفايسبوك من قبل.

أوجه التشابه و الإختلاف بينها و بين دراستنا:

تتشترك دراستنا مع هذه الدراسة في دراسة متغير مواقع التواصل الاجتماعي و التعرف على نسبة إقبال الأفراد على هذه المواقع، أما أوجه الإختلاف فتكمن في أن دراستنا عبارة عن دراسة وصفية اعتمدت على المنهج الإثنوغرافي، و تسعى للوصول إلى الدوافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

2_ دراسة بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية" مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع

جامعة: جامعة الملك عبد العزيز بجدة السعودية

إعداد الطالبة: حنان بنت شعشوع الشهري

سنة: 2013 (المناقشة)

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وتضمنت الدراسة 4 تساؤلات رئيسية:
التساؤل الرئيسي: ما الأسباب التي تدفع إلى الإشتراك في موقعي الفايسبوك و التويتر ؟، ما طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفايسبوك و تويتتر؟، ما الآثار

الإيجابية الناتجة عن استخدام الفايسبوك و تويتر؟،التساؤل الرئيسي الرابع: ما الآثار السلبية الناتجة هن استخدام الفايسبوك و تويتر؟، كما ضمنت عدة تساؤلات فرعية، أهمها:

هل يتم الإشتراك في موقعي الفايسبوك و تويتر لأغراض اقتصادية شرائية؟

هل يتم استخدام الفايسبوك و تويتر للبحث عن صداقات جديدة؟

هل ساهم الفايسبوك و تويتر في الإنفتاح على المجتمعات الأخرى؟

هل يؤدي استخدام الفايسبوك و تويتر إلى التفكك الأسري؟

حيث تكون مجتمع البحث من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة المنتظمات بالدراسة لمرحلة البكالوريوس من الكليات التالية: الآداب، العلوم الإنسانية، العلوم، الإقتصاد و الإدارة.و قد اعتمدت الدراسة على العينة القصدية، و منهج المسح الاجتماعي، و لجمع البيانات اعتمدت على الإستبيان

أهم النتائج:

فيما يخص النتائج المتعلقة بالأسباب التي تدفع إلى الإشتراك في موقعي الفايسبوكو تويتر حيث دلت النتائج على أن أغلب المبحوثات وجدن فرصة مناسبة للتعبير عن آرائهم و توجهاتهم الفكرية، كما لم يكن الإفتقاد إلى الصديقات و الشعور بالوحدة سببا قويا للإشتراك في موقعي الفايسبوك و تويتر إضافة إلى دافع مواكبة التقدم التكنولوجي.

_ أما النتائج المتعلقة بطبيعة العلاقات الاجتماعية في موقعي الفايسبوك و تويتر فقد تبين أن أغلب مستخدمات الفايسبوك يبحثن عن صداقات جديدة كما عمل الفايسبوك لديهم على تعزيز العلاقات القديمة، إضافة إلى التواصل مع أقاربهم البعيدين مكانيا من خلال الفايسبوك و تويتر.

كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباط عكسية بين متغيري العمر و المستوى الدراسي، و بين أسباب الاستخدام المتمثلة في التعبير عن الآراء و متابعة الإعلانات و كذلك أبعاد

العلاقات الاجتماعية و الآثار الإيجابية ممثلة في تعلم عادات الشعوب الأخرى و سهولة التواصل عبر الفيسبوك و تويتر.

أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الإستخدام و بين أسبابه و طبيعة العلاقات الاجتماعية و الإيجابيات و السلبيات المعنية.

أوجه التشابه و الإختلاف بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية:

تكمن أوجه التشابه في أن كليهما عبارة عن دراسة وصفية كما تسعى كليهما إلى البحث في الأسباب و الدوافع وراء استخدام موقع "فيسبوك" و هناك إختلاف في نوع العينة، منهج الدراسة، كما أن دراسة حنان بنت شعشوع درست تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و دراستنا تبحث في الأسباب و الدوافع فقط.

3_ دراسة هند محمد علي الشهري بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى طلاب و طالبات المرحلة الثانوية بمدينة أبها" درجة ماجستير في التربية، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد العشرون لسنة 2019

جامعة:الملك خالد (السعودية)

تمثل سؤال الإشكالية في: مادور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى طلاب و طالبات المرحلة الثانوية بأبها؟، و تفرعت من التساؤلات الفرعية التالية:

مامواقع التواصل الاجتماعي و نشأتها و أهميتها و خصائصها؟، ما المقصود بمرحلة المراهقة و ما أبرز خصائص هذه المرحلة؟، ما الأثر الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المراهقين؟، و ما سبل الإرتقاء بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى طلاب و طالبات المرحلة الثانوية بمدينة أبها؟

و تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي

و الإستبانة، التي وزعت على عينة عشوائية بسيطة من جميع طلاب و طالبات المرحلة الثانوية بمدارس مدينة أبها خلال فترة الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني 1439هـ
أهم نتائج الدراسة:

الإجابة على السؤال الأول (مادرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أسباب ذلك؟)

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ضرورة من ضروريات الحياة لايمكنني الإستغناء عنها، المعلومات و الأخبار التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر جذبا من التي يعرضها الإعلام التقليدي

_ الإجابة على السؤال الثاني (ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي؟)

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين تبادل المعلومات و الأخبار و الإطلاع على الموضوعات الثقافية المختلفة و من وجهات نظر مختلفة كما تتيح لهم المشاركة في الرأي في الموضوعات المطروحة، كما تقلل من المتاح للمستخدمين للتواصل الأسري، كما تقلل من التركيز على الذات

الإجابة على السؤال الثالث (هل هناك اختلاف بين الذكور و الإناث نحو محاور الدراسة؟)

مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للإناث الإعتماد على ذواتهن في التعرف على احتياجاتهن، كما أتاحت وقت أقل في التواصل مع مجتمعهم و التركيز على أعمالهم، كما أتاحت لهم حرية أكبر في تبادل المعلومات و المعرفة، كما سهلت مواقع التواصل الاجتماعي القيام بأعمال تطوعية مع مجموعة من الزملاء/ الزميلات

أوجه التشابه و الإختلاف بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية:

تبحث هذه الدراسة في ماهية مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أحد المباحث شأنها في ذلك شأن دراستنا، كما تتشابهان في دراسة موضوع اجتماعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، كما تتناول كلاهما الأثر الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى أن

كليهما تتدرجان ضمن الدراسات الوصفية، و تختلفان من حيث نوع العينة و المنهج المستعان به، كما أن هذه الدراسة تبحث في الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للأفراد أما دراستنا فتعنى بدراسة دوافع استغلال الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي لإحداث التغيير الاجتماعي سواء كان هذا التغيير سلبيا أم إيجابيا.

الدراسات الجزائرية:

1_ دراسة عالية غضبان بعنوان " أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية" أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع .

سنة: 2018

جامعة: الحاج لخضر باتنة 1

الإشكالية: ماهو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في بعض عناصر الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية؟، و تفرعت إلى 4 تساؤلات:

ماهي عادات و أنماط مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك؟، ماهي دوافع تعرض أفراد العينة لشبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك؟، ماهي الآثار الإيجابية الناجمة عن استخدام الفايسبوك على الهوية الثقافية؟، ماهي الآثار السلبية الناجمة عن استخدام الفايسبوك على الهوية الثقافية؟

حيث تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، و تمثل مجتمع الدراسة في الطلبة الجامعيين الجزائريين، اعتمدت منهج المسح الوصفي، و استمارة الإستبيان و الملاحظة

لجمع المعلومات من عينة متعددة المراحل(العنقودية).

أهم النتائج:

- _ يدخل أغلب أفراد العينة إلى شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك من الهاتف الذكي و يفضلون استخدامه في الفترة الليلية
- _ يقضي أفراد العينة(من ساعة إلى ساعتين) في استخدامهم للفيسبوك و يفضلون استخدامه بمفردهم
- _ يدخل أفراد العينة إلى الفايسبوك(أغلبهم) يومي
- _ أوضحت الدراسة أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة للفيسبوك هي الإطلاع على آخر الأخبار و مواكبة الأحداث المحلية و الوطنية و العالمية
- _ أما عن اهتمامات أفراد العينة على الفايسبوك فهم مهتمون بكل مايتعلق بتخصصهم الدراسي إضافة إلى الموضة العصرية و اللباس.
- _ تبين أن أغلب المبحوثين موافقون على أن الفايسبوك أدى إلى ظهور مصطلحات و عبارات جديدة في أوساط الطلبة.

أوجه التشابه و الإختلاف مع الدراسة الحالية:

تكمن أوجه التشابه في أن كلا من دراستنا و هذه الدراسة عبارة عن دراسات وصفية و كليهما يبحثان في موضوع مواقع التواصل الاجتماعي، أما الإختلاف فيمكن في أن دراسة عالية غضبان تبحث في التأثير أما دراستنا فتبحث في دوافع بروز الوجاهة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2_ دراسة مريم نرمان نومان بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في

العلاقات الاجتماعية"دراسة عينة من مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر

تخصص: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة ،جامعة: الحاج لخضر_باتنة_

سنة: 2012 المناقشة

الإشكالية: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

و تمثلت التساؤلات الفرعية في: ماهي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لدى الجزائريين؟، ماهي الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفيسبوك"؟ و كيف يؤثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟، و قد ضمنت هذه الدراسة 3 فرضيات: يلجأ مستخدمو موقع الفيسبوك في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي و عاطفي، تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى الجزائريين من مستخدم إلى آخر تبعا لمتغيري الجنس و السن، و استخدام الفيسبوك يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية و يقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته و أصدقائه. حيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، اعتمدت المسح الوصفي، و تمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي موقع "الفيسبوك" في الجزائر و استخدمت العينة القصدية (العمدية)

أهم النتائج:

_ بالنسبة لعادات و أنماط استخدام الفيسبوك قد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات و يدخل أغلبهم للفيسبوك من المنزل و يفضل المبحوثون خدمة التعليقات ثم الدردشة ثم مشاركة الصور فمشاركة الروابط و أغلبهم لديهم أقل من 150 صديق

_ بالنسبة للدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الفيسبوك قد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل و الأصدقاء و أغلبهم يستخدمون هوية مستعارة و ذلك للتصرف بكل حرية كما يتصدر قائمة الإشباع المحققة من موقع الفيسبوك لأفراد العينة ربط علاقات صداقة يليها ربط علاقات مع الجنس الآخر

_ كما أن الاتجاه كان إيجابيا أيضا تجاه البعد "استخدام الفيسبوك و الحفاظ على العلاقات الاجتماعية و توسيعها حيث أكد القانون الإحصائي لشدة الاتجاه أن الاتصال عبر الفيسبوك ساعد أفراد العينة في

توسيع علاقاتهم الاجتماعية و الحفاظ على العلاقات القديمة و كذا القائمة. كما أن لإستخدام الفايسبوك تأثير على الإلتواء الاجتماعي للفرد و تفاعله في المجتمع.

أوجه التشابه الإختلاف مع دراستنا الحالية:

تتشابه دراستنا مع دراسة نرمان نومار في اختيار نفس نوع العينة لنفس السبب إضافة إلى نوع الدراسة و نفس المتغير "مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك" إضافة إلى البحث في الدوافع و الإشباعات المحققة، كما تختلفان في أن الدراسة الأولى تبحث في تأثير المواقع على العلاقات الاجتماعية أما نحن فندرس المواقع كمتغير يتم استغلاله لأغراض شخصية.

_ الإستفادة من الدراسات السابقة:

أفادتنا الدراسات السابقة في التعرف أكثر على متغير مواقع التواصل الاجتماعي، و في كيفية اختيار العينة القصدية و كيفية سير الدراسات الوصفية، و دراسة التأثير الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

خلاصة الفصل:

من خلال ما أوردناه في الإطار المنهجي نستنتج أن هذا الأخير هو الخطوة الأولى و المهمة لسير البحث في أي ظاهرة كانت فهو البوصلة الموجهة و البناء المحدد من خلال خطواته نجاح البحث أو فشله.

الإطار النظري

لِلدِّرَاسَةِ

الفصل الثاني: الواجهة الاجتماعية و مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "

تمهيد

المبحث الأول: الواجهة الاجتماعية

_المطلب الأول: تعريف الواجهة الاجتماعية

_المطلب الثاني: مفردات الواجهة الاجتماعية ومحدداتها

_المطلب الثالث: أنواع الواجهة الاجتماعية

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

_المطلب الأول: تعريف و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

_المطلب الثاني: خصائص و أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

_المطلب الثالث: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: الفايسبوك

_المطلب الأول: تعريف الفايسبوك و نشأته

_المطلب الثاني: خصائص و خدمات الفايسبوك

_المطلب الثالث: مزايا و عيوب الفايسبوك

خلاصة الفصل

_ تمهيد:

في ظل التطور الهائل في مجال المعلومات و تكنولوجيا الاتصال استطاعت التكنولوجيا إسقاط الحواجز و الحدود بين الدول و احتلت الثورة المعلوماتية و التقنية الصدارة و مثلت نقلة نوعية في مجال التطور البشري، و بين أهم هذه التكنولوجيات مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تقريب العالم و نشر الثقافات المتعددة و التي ظهرت من خلالها الوجاهة الاجتماعية و انتشرت من خلالها.

المبحث الأول: الوجاهة الاجتماعية

المطلب الأول: تعريف الوجاهة الاجتماعية

قد أوردنا في التعريف اللغوي للوجاهة الاجتماعية أنها المكانة الاجتماعية البارزة و لعدم وجود مصادر تحدثت عن مفهوم الوجاهة الاجتماعية قررنا تقديم مفهوم المكانة الاجتماعية في محاولة منا لتقريب المعنى.

تعريف المكانة الاجتماعية :

قد تباينت وتعددت التعريفات المقدمة لمفهوم المكانة الاجتماعية في التراث السوسيولوجي خاصة للكتابات العربية ، نورد بعضها في مايلي:

_ عرف عالم الاجتماع جون ستوتزل المكانة الاجتماعية على أنها >>جملة التصرفات و الأفعال التي يحق لصاحب المركز توقعها من الآخرين<<¹ من خلال هذا التعريف نستنتج أن المكانة الاجتماعية للأفراد مرتبطة بالدور الاجتماعي الذي يتألف من مجموعة من المعايير التي يخضع لها فعل الأفراد الذين يحتلون مكانة في المجتمع و ينتظرون الاحترام و التقدير من باقي أفراد المجتمع .

_ وهي الوضع الذي يشغله الشخص أو الأسرة أو الجماعة القرابية في النسق الاجتماعي بالنسبة للآخرين، و قد يحدد هذا الوضع الحقوق و الواجبات و أنواع السلوك الأخرى بما في ذلك طبيعة و مدى العلاقة بأشخاص آخرين لهم مكانات مختلفة.²

¹- إبراهيم عبد الله، علم الاجتماع، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2001، ص 166

²- أحمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 339

وتحدد المكانة الاجتماعية بالتعليم و الدخل و الممتلكات و التقييم الاجتماعي للمهنة و بعض الأنشطة الأخرى.

_ كما عرف رالف لينتون المكانة ليعني بها وضع الفرد في المجتمع و حدده بأنه مجموعة الحقوق و الالتزامات، أما الدور فهو الجانب السلوكي لتنفيذ هذه الحقوق و الواجبات.¹

_ تعرفها سناء على بأنها موقع الفرد المدرك عبر مجموعة من العمليات المعرفية في الموازنة الاجتماعية و في الإدراك و التغيير السلوكي للجوانب الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، المهنية و الأخلاقية و التي تغذي فكرة الفرد عن ذاته ضمن سياق اجتماعي.²

_ هي درجة نسبية يتميز بها الفرد وفقا لقيم وعادات و تقاليد المجتمع الموجود فيه. و هي نظرة احترام و تقدير من قبل الأفراد و المجتمع تجاه الشخص الذي يشغل مركز معين يقوم بأدوار مهمة في المجتمع.³

المطلب الثاني:محددات المكانة الاجتماعية

1_ المحددات الاجتماعية:

1-1- المنطقة السكنية:

مساكن الفئات الاجتماعية المرفهة تتوفر فيها أكثر الخدمات الاجتماعية و الشروط الصحية، حيث تتسم شوارعها بالسعة و تقل فيها الحارات و المباني القديمة و تقوم بها عمارات سكنية كبيرة.¹

¹ - أحمد عاطف غيث، مرجع سابق، ص472

² - هدير عثمان عبد الحليم و آخرون، بناء مقياس المكانة الاجتماعية للطلاب الجامعي الرياضي، مجلة كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، العدد 34، مارس 2019، 354

³ - محمد البشرى عبد الله سعيد، دور المهنة في تغير المكانة الاجتماعية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات السودانية، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، السودان، 2019، ص4

و الوحدات الطبية و المدارس و الشوارع المبلطة و الماء النقي و الكهرباء، بينما يتسم سكان المناطق غير المرفهة بقلة الوعي حيث أنهم لا يهتمون كثيرا بالنظافة مما يؤدي إلى إصابتهم بالأمراض و الأوبئة، و ذلك لأن هذه المناطق تكون ضيقة في الغالب وتكثر فيها المباني الآيلة للسقوط.²

1-2- الأثاث و الممتلكات المنزلية:

إن مستوى المعيشة يعتمد على دخل الفرد، ذلك لأن الدخل يساعد على اقتناء الفرد للسلع و الأثاث المنزلي، فمستوى المعيشة للفئات المرفهة عال بسبب ارتفاع المدخول، مما يجعلها قادرة على التمتع بقسط من الرفاهية الاجتماعية التي تشير إلى ارتفاع المستوى المعيشي، بينما انخفاض معدل الدخل للفئات غير المرفهة يحرمها من الحصول على السلع و الخدمات و يحول دون تمتعها بأنشطة الفراغ و الترويح و يبدل حياتها إلى حياة فقيرة و جامدة مما يؤثر سلبا على مستواها المعيشي و الاجتماعي.³

1-3- التحصيل العلمي: هي التجارب و الدراسات التي يحصل عليها الفرد بطريقة رسمية في المدرسة أو المعهد أو الجامعة المعترف بها، و هذه المؤسسات تمنح الشهادات العلمية التي تثبت من خلالها تعلمهم و اكتسابهم الخبرات و المعلومات، و حامل الشهادة في دراسة أو اختصاص يستطيع مزاولة الأعمال المؤهل للقيام بها.

و عند أدائه إياها يحصل على راتب أو أجر و يحصل على درجة عالية من الاحترام و التقدير من الأشخاص العاملين معه و من أبناء المجتمع الكبير.⁴

1- كمال أحمد و كرم برسوم، علم الاجتماع الحضري، دار الجيل، القاهرة، مصر، 1983، ص 135

2- السيد محمد بدوي، علم الاجتماع الاقتصادي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص 363

3- حسين أحمد حسن، الانعكاسات الاجتماعية لارتفاع المستوى المعاشي في العراق، رسالة ماجستير، منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، 1995، ص 77

4- الحسن احسان محمد، علم الاجتماع الاقتصادي، د.ط، بغداد، 1990، ص 20

1-4- الثقافة:

الثقافة تميز بين فئة و أخرى، لذا نجد أن كل فئة تتميز بقدر من الانحيازات ذات الصلة بعواطفها و أهوائها و أذواقها و ميولها، و اعتزاز كل فئة بنفسها يجعل أفرادها يفاخرون في تقدير قيمة المهام التي يمارسونها، و الحط من قيمة الأعمال التي يصعب عليهم أدائها، لذا نجد فئة المثقفين ممن يشغلون بالعمل الفكري يحطون من شأن العمل اليدوي و العكس، و الثقافة ترتبط بالمهنة فنجدها عند الجامعيين و الأطباء أكثر مما نجدها عند المشتغلين بالصناعة و التجارة.¹

2_ المحددات الاقتصادية:

2-1- المهنة:

هي الفعاليات التي يمارسها الفرد و يعطيها للمجتمع مقابل راتب أو أجر معين يستطيع الفرد من خلال دوره الاجتماعي في المؤسسة الاجتماعية مزاوله المهنة و تقديم نشاطه للمجتمع، و مقابل ذلك يحصل على راتب شهري و مقدار من التقدير الاجتماعي الذي يحدد مكانته الاجتماعية.²

2-2- الدخل: يؤثر دخل الفرد في المستوى المعيشي، فإذا ارتفع معدل دخل الفرد ارتفع معه المستوى المعيشي.

و مستوى المعيشة هي ذلك المعيار الذي يقدر به مستوى حياة الإنسان في النواحي الاجتماعية و يقاس هذا المستوى بالدخل النقدي الذي يحصل عليه الفرد، كما يقاس بالإشباع النفسي للفرد و في قناعاته بدخله و إمكانية استغلاله فيما يعود عليه و على أسرته

¹- بدوي السيد محمد، مرجع سابق، ص36

المرجع نفسه، ص364

بالخير، لذا ترتبط مكانة الفرد بمستواه المعيشي فزيادة حجم الاستهلاك من السلع تعتمد على القدرة الشرائية أو الدخل الحقيقي للفرد.¹

المطلب الثالث: أنواع المكانة الاجتماعية

1. المكانة الطبيعية (المفروضة): وهي المكانات التي يرثها الفرد عن والديه أو أسرته بيولوجيا أو ماديا أو معنويا أو التي تفرضها عليه النظم الاجتماعية و بعبارة أخرى هي مكانات غير إرادية أي لا دخل للفرد في آليات تحصيلها. و المكانات المفروضة ذات الانتشار العالمي هي المكانات القائمة على أساس عمر الفرد (الطفولة، الشباب، الشيخوخة)، و على أساس جنسه (ذكر و أنثى) و أساس حالته المدنية (أعزب أو متزوج بأولاد أو بدونهم). أما المكانات المفروضة و التي انتشرت في عدد كبير من المجتمعات و هي المكانات المترتبة عن الإنتماء إلى طبقة اجتماعية معينة و المكانات المترتبة عن الإنتماء الديني أو السياسي أو المكانات المترتبة عن توارث الثروة.²

2. المكانة المكتسبة:

و هي تلك المكانات التي يحتلها الفرد في النظام الاجتماعي نتيجة مجهوداته و أدائه الجيد للأدوار

المرتبطة بهذه المكانة، و من المكانات المحصلة الكثيرة الانتشار عالميا تلك القائمة على أساس المهارات الشخصية و مكانة القيادات السياسية، إضافة إلى مكانة الفرد المتزوج، و مكانة الفرد في حالة إنجاب الأطفال، و من المكانات التي توجد عند الكثير من المجتمعات المكانات المترتبة عن الالتحاق بجمعيات و هيئات معينة.

¹ - حسين أحمد حسن، مرجع سابق، ص 77

² - حسن حسين البيلاوي و آخرون، المكانة الاجتماعية للمعلم، دراسات في بعض القضايا التربوية، مركز البحوث التربوية، المجلد

و يمكن القول أيضا أنها تلك المكنات التي يتحصل عليها الفرد بمختلف وسائل العمل، المسابقات، نتيجة تفوقه الاقتصادي، السياسي أو الثقافي.¹

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

_ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

هي خدمات تؤسسها و تبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين و الأصدقاء و مشاركة الأنشطة و الاهتمامات، و للبحث عن تكوين صداقات و البحث عن اهتمامات و أنشطة لدى أشخاص آخرين، و معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل: المحادثة الفورية و الرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني، الفيديو، التدوين و مشاركة الملفات و غيرها من الخدمات، و من الواضح أن تلك الشبكات قد أحدثت تغير كبير في كيفية الاتصال و المشاركة بين الأشخاص و المجتمعات و تبادل المعلومات، و تلك الشبكات تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي و تنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة و أخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة إلى شبكات التدوينات المصغرة، و من أشهر الشبكات الموجودة حاليا الفايسبوك، تويتر و الأنستغرام.²

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية قسم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات و تتم تسميته الجزء التكويني الأساسي، بحيث يتم ايصال هذه العقد بأنواع مختلفة، مثل العلاقات كتشجيع فريق معين أو الإنتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا

¹- حسن حسين البيلاوي، مرجع سابق ، ص 137.

²- زينب دهيمي، موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"،مجلة العلوم الإنسانية- جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 26، جوان 2012، ص254

العالم، و قد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.¹

_ نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و ركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

و بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لا توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها و تم إغلاقها. و بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001، و مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل و هو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير و يعتبر من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير فيس بوك و الذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات المطورين و هذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير و يعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 500 مليون مستخدم على مستوى العالم. تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات و الباحثين في عدد من المواضيع مثل: الخصوصية، الهوية، رأس مال المجتمعات.²

¹- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة لمواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الإلكترونية "العربية" أنموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال، منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمرك، 2012، ص25

²- عبد الكريم علي الدبيسي و زهير ياسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد40، العدد1، 2013، ص70

المطلب الثاني: خصائص و أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه و مشاركة مشاعره و أفكاره مع الآخرين، لذا نجد أن لهذه المواقع خصائص محددة منها:

- شاملة: حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية، تلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة.
- التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل و قارئ، فهو مرسل و كاتب و مشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم -التلفاز و الصحف الورقية- و تعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد و القارئ.
- تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل سهلة و مرنة و يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، و العالم لبث علمه و تعليم الناس، و الكاتب للتواصل مع القراء، و أفراد للتواصل و هكذا.
- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف و بساطة اللغة، تستخدم الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته و التفاعل مع الآخرين.
- اقتصادية في الجهد و الوقت و المال: في ظل مجانية الاشتراك و التسجيل، فالكل يستطيع امتلاك حيز على شبكة للتواصل الاجتماعي، و ليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.¹

¹ - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص67

■ الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا.¹

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

1.التويتر: يعني المغرد وهو عبارة عن موقع من فئة المواقع الاجتماعية تقنية MICROBLGGING أو التدوين القصير فكرته ببساطة بأن تؤسس مجموعة من أصدقائك و زملائك في العمل و أقاربك، و ثم تستمر بشكل متكرر بالإجابة عن السؤال ماذا تفعل الآن؟ و هو بذلك يتحول إلى أجمل وسيلة لإخبار الأشخاص الذي يهتمونك بماذا تفعل الآن بالإضافة لذلك فإنه يبقيك على إطلاع دائم على ماذا يفعلون و هذه الخدمة مجانية، و الموقع إلى الآن لن يحمل أي شكل من أشكال الإعلان المأجور فيه، ويتم استخدام هذا الموقع في الوقت الحالي من قبل الأشخاص أو الشركات، أو المجموعات لتبادل الأفكار و الأخبار.²

2.اليوتيوب: موقع متاح للعموم على شبكة الإنترنت لمشاركة الفيديو يمكن مستخدميه من تحميل و مشاهدة اللقطات المصورة بل و التعليق عليها كتابة بالإضافة إلى فرصة المشاركة في قرار إزالة الملفات غير المرغوب فيها.³

و هو ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية، انطلقت منه عشرات الأفكار بإستخدام كلمة TUBE مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية و سياسية.

¹- خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية،(ماهية مواقع التواصل الاجتماعي التقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية السياسية على الوطن العربي)، دار النفائس للنشر و التوزيع، الأردن، 2013، ص26

²- فهد علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها لدى طلاب الجامعة،المجلة العربية للأمن و التدريب، العدد31، الرياض، 2014، ص202

³- سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية،(دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة)، جداول النشر و التوزيع، الكويت، 2011،ص113

و يتميز اليوتيوب بتقديم خدماته بشكل مجاني و يعتمد على مصادر دخل أخرى تتمثل في الإعلانات و الرعاية و الدعايات إضافة إلى الإعلانات النصية كما تقوم حاليا بدور رائد في تقديم إعلانات الفيديو كمجال جديد و علمي لإعلانات الويب.¹

3.سكايب: هو برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي نيكولاس زينشترومو الدنماركي يانوس فريس مع مجموعة من مطوري البرمجيات و يمكن هذا البرنامج مستخدميه من الاتصال صوتيا هاتفيا عبر الإنترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، لكنه مع تكلفة بسيطة في حال اتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال.²

4.الواتس آب: انتشر استخدام الواتس آب بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول و إمكانية تشكيل مجموعات التواصل و تحويل الرسائل النصية و الصور و إمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل و يسهم الواتس آب كذلك في تداول الأخبار، و في التعليم و الاجتماعات و التوعية و الدعوة و الإرشاد.

5.الأنستغرام: يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور و التعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، و هو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي و المؤسسي، و الأنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية.

كانت بداية الأنستغرام عام 2010م حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور و إضافة فلتر رقمي إليها و إرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.³

المطلب الثالث: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، دار مسيرة للنشر و التوزيع، 2011، ص 195

² - علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 78

³ - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 65، 66

- خفض تكلفة الاتصال و تحسين تأثيره:

تسهم شبكات الاتصال الاجتماعي في خفض تكلفة الاتصال بالإضافة إلى دورها في تحسين تأثير الاتصال باستخدام جميع وسائط الإعلام الإلكتروني التي تؤدي دورا مهما في تحقيق ميزة التفاعل اللاحق أو المباشر و تتيح التفاعلية للمستخدم إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع وكذلك مجموعة الأعضاء وعرض آرائهم بشكل مباشر عبر الموقع وكذلك المشاركة في منتديات الحوار .

- عرض الموضوعات و التعليقات كاملة دون حذف أو تشويه:

تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء استيعابها الفائق إلى إمكانية عرض مضمون أي موضوع دون التقيد بالمساحة المخصصة للنشر كما كان في وسائل الإعلام التقليدية فقد كانت مشكلة المساحة المخصصة لإنجاز مقال وقد سمحت مواقع التواصل الاجتماعي بإنشاء وتصفح صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظريا يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام وطريقة النص الفائق هي المحرك الرئيسي لهذا التنوع في العرض.¹

- التواصل مع الأهل و الأقارب:

تسهم شبكات التواصل الاجتماعي كتويتر و الفيسبوك في سهولة التواصل بين الأهل والأصدقاء في أي

مكان بنفقات منخفضة تقتصر على اشتراك الإنترنت و لفترات طويلة نسبيا لا تقارن بتكلفة المكالمات الهاتفية الباهظة.

- التقارب الثقافي و الاجتماعي:

¹- تركي عبد العزيز السديري، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، دراسة مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الدراسات الأمنية، منشورة، جمعية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2014، ص21

تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التقارب الثقافي والاجتماعي بين شرائح المجتمعات المختلفة ومن ثم تساعد على التعرف على عادات وتقاليد الدول المختلفة بالإضافة إلى إحداث نوع من التقارب الثقافي والحضاري يمكن أن يساعد على التطور في الدول النامية والفقيرة و تطلع أفراد مجتمعاتها إلى حياة ومستوى معيشة أفضل.

- ترسيخ مبادئ التفاهم و التجانس و التفاوض:

تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ مبادئ التفاهم والتجانس والتفاوض وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والبيانات باستخدام أساليب حوارية تركز على الإقناع والبراهين وتنبذ التنافر ورفض الآخر وهذا قد يؤدي إلى تحقيق التلاحم بين أفراد المجتمع لتعزيز الوحدة الوطنية التي تعد بمثابة حجر الأساس لمشروع البناء والتقدم الشامل ، وإجهاض خطط التفكك والتجزئة ومواجهة التحديات في مجالات كافة.¹

- تكوين رأي عام واحد:

تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي عام موحد تجاه قضية أو موضوع مع عرض وجهات النظر المختلفة والأطراف المؤيدة والأطراف المعارضة مما يساعد على نشر روح الديمقراطية التي تقوم على الشورى والمشاركة وتعدد الحلول للمشكلات ومن ثم المساعدة على اختيار أفضلها.

- تخطي الحواجز الجغرافية:

تستطيع شبكات التواصل الاجتماعي تخطي الحواجز الجغرافية بالوصول إلى مواقع التواصل في أي مكان في العالم بينما وسائل التواصل التقليدية التي تتقيد بحدود جغرافية محددة وحتى إن تمكنت بعض وسائل الإعلام التقليدية من تجاوز محليتها فإنها لا تضمن نشر رسائلها الإعلامية إلا على عدد محدود.

- فقدان الأمان و الخصوصية:

1- تركي بن عبد العزيز السديري، مرجع سابق، ص23

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين الفرصة لمعرفة خصوصيات الآخرين والاطلاع على أسرارهم وتحركاتهم وما يفعلون حتى إن مغزى شبكة تويتر يعني ماذا تفعل الآن وهو ما يسهم في معرفة أسرار الآخرين وسهولة اختراق حياتهم و التدخل في شؤونهم بالإضافة إلى إمكانية الحصول على معلومات عن الشخص وبياناته ومعرفة تفاصيل حياته لحظة بلحظة عبر شبكة تويتر و الفيسبوك بالإضافة إلى فقدان الأمان تماما في كثير من التعاملات الإلكترونية والتعاملات المالية عن طريق بطاقات الائتمان.¹

- انتحال صفة الغير: يسهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في انتحال صفة الغير من خلال الدخول على الشبكات بأسماء مستعارة وصور وهمية لتحقيق مكاسب مادية أو اجتماعية أو

لجلب مشكلات تمس سمعة بعض الأفراد أو الاحتيال بين الناس أو حتى التجسس للتعرف على أحوال الدول العربية والإسلامية.

- مشكلات الصحة و سوء التكيف الاجتماعي:

يترتب عن إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مخاطر صحية على المستخدم مما يترتب عليه سوء توافقه النفسي والاجتماعي و فقد القدرة على التعامل مع الآخرين نتيجة عدم تواصله معهم وضعف القدرة على مجابهة المشكلات التي لا تتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومن ثم عجز المستخدم عن التكيف مع نفسه بتنظيم إشباع دوافعه

- الإباحة و الدعارة:

من أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي أنه يمكن اقتحامها وتزويد مستخدميها بصور وأفلام جنسية قد تكون سببا في التفكك الأسري بسبب إدمان الزوج على استخدام هذه الشبكات و اكتسابه سلوكيات محرمة أو الوقوع في الفحشاء وممارسة الرذيلة بل أن هناك

¹- تركي بن عبد العزيز السديري، مرجع سابق، ص23

الكثير من منظمات وشبكات الدعاية التي تغري وتسهل الإشتراك في هذه المواقع تحت مسمى الحرية أو خطوط الصداقة وغيرها.

• التطرف الفكري:

تمنح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة ذهبية لأصحاب الفكر المتطرف والجماعات الإرهابية لبث سمومها في المجتمع ونشر أفكار هدامة وقناعات مظلمة تتنافى مع المعايير والقيم الأخلاقية والاجتماعية وتمهد الطريق للوقوع في أخطار الانحراف وارتكاب السلوك غير السوي.

• إثارة المشكلات النفسية و الاجتماعية لدى الأسرة:

يترتب على إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل بين الرجال والنساء إمكانية ارتكاب جرائم أخلاقية محرمة فضلا عن تبادل مضامين و صور جنسية فاضحة مما يؤدي في الغالب إلى

مشكلات أسرية تؤدي في الغالب إلى إصابة الزوجة بمشكلات نفسية واجتماعية نتيجة شعورها بتهديد حياتها واستقرارها ومنزلها فضلا عن فقدانها الأساسيات في الحب و الدفء العاطفي والاهتمام والتقدير.¹

المبحث الثالث: الفايسبوك

المطلب الأول: تعريف الفايسبوك و نشأته

1. تعريف الفايسبوك:

الفايسبوك أو كتاب الوجوه باللغة العربية هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي أنه يتاح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين كالشركات أن يبرزوا أنفسهم وأن يعززوا

¹- تركي بن عبد العزيز السديري، مرجع سابق، ص 26-29

مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع التواصل الأخرى، إنشاء روابط التواصل مع الآخرين.¹

و هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الإنضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.²

و سمي الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بكتب الوجوه التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعرف والتواصل مع بعضهم البعض خاصة بعد الإنتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء.³

2.نشأة الفايسبوك:

أسس مارك زاكربيرج هذا الموقع عام 2004 لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفرد الأمريكية ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص للتواصل ترعاه شركة فيسبوك والتي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لإشتراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتعدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية و تكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أكبر الأحزاب الفعلية على الأرض

¹- خالد غسان، يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص34

²- دهيمي زينب، مرجع سابق، ص255

³- علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص64

وكذلك لتصبح قناة تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها و الترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في عام 2013 قرابة نصف مليار مشترك و يصبح مستقبلا أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض.

المطلب الثاني: خصائص و خدمات الفايسبوك

الملف الشخصي: فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، و كلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.¹

• إضافة صديق: و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.

• إنشاء مجموعة:تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية وتستطيع جعل الإشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة و الأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

• لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

• النكزة: منها يتاح للمستخدمين ارسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

¹- خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص36.35

- الصور: وهي الخاصة التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها.
- الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.¹
- التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
- الهدايا: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.
- السوق: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنوبة مجانية.
- إنشاء صفحة خاصة على الموقع: تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص بها منتهيا بفايبيوك و يتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك، و يتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات.²

¹- وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها(دراسة على طلبة الجامعة الأردنية و جامعة البتراءنموذجا)، رسالة ماجستير في الصحافة و الإعلام، منشورة، كلية الآداب و العلوم، جامعة البتراء، الأردن، 2013، ص 30، 31

²-خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص37.36

المطلب الثالث: مزايا و عيوب الفايسبوك

1. مزايا الفايسبوك :

✓ إتاحة الفرصة للصدقة و التواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع: و ذلك

عن طريق:

_ إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع و متاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه.

_ إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

_ اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.

_ إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

_ إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.

_ إمكانية التواصل و التفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة و الرسائل و الهدايا الافتراضية و إبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي.

_ إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.

✓ خدمة الشركات و أصحاب الأعمال:

في الإعلان عن الوظائف و اختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم و خبراتهم على الفايسبوك بعين الإعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين.

و كذلك يمكن للفايسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق و الترويج للمنتجات.

✓ يتيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور :

بشكل أكبر و أسهل مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفايسبوك، و كذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال و البريد الإلكتروني.. حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.¹

✓ التواصل مع مجتمعات افتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في

التدريب و التعليم، من هذه المجتمعات و زيادة خبراته

✓ متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات:

كالشخصيات السياسية و الاقتصادية و الفنية و العاملين في المجالات الاجتماعية و الدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفايسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم و أفكارهم و خواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث و القضايا..

✓ إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور و مقاطع فيديو:

و مقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع و أخبار و صور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفايسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.²

¹- منال البلقاسي، الوسائط المتعددة و السوشيال ميديا، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2016، ص346

²- علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص69

2. عيوب الفايسبوك:

○ إضاعة الوقت: فبمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى و من ملف لآخر و لا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي منفعة له أو لغيره، فالفايسبوك يهدر الكثير من الوقت لدى المستخدمين.¹

الإدمان و إضعاف مهارة التواصل: و هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب و المراهقين فقضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر و هدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري و عن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، و بالتالي يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية و فقد مهارة التواصل المباشر مع الناس.

○ ظهور لغة جديدة بين الشباب: ظهرت لغة جديدة بين فئة الشباب يستخدمونها في جميع اتصالاتهم عبر الفايسبوك، و هي لغة ليست بالعربية و لا بالإنجليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام و رموز لا يفهمها سوى المتعاملين بها و من يعاشرونهم بصفة مستمرة، و إن الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية و إلى ضياعها مع مرور الأيام، فمثلا أصبحت كلمة "محمد" تكتب "mo7amed" و كلمة أخبار تكتب "a5bar".

○ انعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية و النفسية على المستخدم و قد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع

¹ - سعاد عيساني و خالد هدار، أولويات الأساتذة الجامعيين الجزائريين على الفايسبوك دراسة تحليلية لمنشوراتهم الإلكترونية، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة باتنة 1، الجزائر، العدد 03، جويلية 2021، ص 1009.

معلوماته الشخصية إضافة إلى مايبته من هموم ومشاكل التي قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة و التشهير.

- التعرض للجرائم الإلكترونية كما أعلن ذلك موقع كاسبرسكي رصد أكثر من 43 ألف فيروس خبيث عام 2008 تم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك
- انتحال أسماء شخصيات عامة، و استخدام صور أشخاص آخرين و تزوير الصور الخاصة بالأفراد الذين تتواصل معهم عبر الموقع، و ربها يساء استغلالها بشكل يسيء لأصحابها.¹

¹ - سعاد عيساني، خالد هدار، مرجع سابق، ص 1010.1009

خلاصة الفصل:

لقد أثرت مواقع التواصل الاجتماعي و التي من أبرزها الفاييبوك على جميع المجالات الاقتصادية و الدينية و الاجتماعية و الثقافية حيث ساعدت على نشر الثقافات المختلفة عبر العالم و اكتشافها و التعرف على طرق تفكير مختلف الشعوب و نمط معيشتها و التعرف على اهتماماتها.

الإطار الميداني

للدراسة

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية لعينة من مستخدمي صفحة

Mkamat laghouat

تمهيد

المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الأول: عرض و تحليل نتائج تحليل المحتوى الظاهري

المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الملاحظة و المقابلة

المطلب الثالث: نتائج الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن الجانب الميداني للدراسة هو الذي يسمح بالحصول على المعلومات من الواقع، حيث يساهم في إعطاء الباحث صورة واضحة للغاية عن المنطقة أو المجتمع الذي يريد دراسته، كما يساهم بشكل واضح في توضيح العلاقة بين المتغيرات، و إثراء الإطار المنهجي و النظري بالمعلومات القريبة جدا من الحقيقة التي يصل اليها الباحث إليها بسرعة.

المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الأول: عرض نتائج تحليل المحتوى الظاهري

لصفحة Mkatatlaghouat على الفايسبوك، من 15 ديسمبر 2021 إلى 15 جانفي 2022.

صفحة MkatatLaghouat: هي صفحة نسوية تعنى بنشر صور و فيديوهات لمختلف العادات و التقاليد في ولاية الأغواط في مختلف المناسبات و المساعدة على إظهار بعض المواهب لنساء الأغواط. أنشأ سنة 2020، تزامنا مع موجة كورونا الأولى في الجزائر.

عدد المشتركين فيها: 42781 مشتركة خلال فترة الدراسة

شروط النشر في هذه الصفحة:

أن يحمل عادات و تقاليد المنطقة

لا بأس أن يوضح إحدى الحرف

ان لا يمس بأي جهة

كيفية النشر:

ترسل الصور و الفيديوهات إلى الصفحة عبر بريد الصفحة و إذا توفرت فيها الشروط التي ذكرناها سابقا تنشر و إذا لم تتوفر فيها الشروط لا تنشر.¹

¹ - مقابلة مع مسيرة صفحة Mkatat Laghouat، عبر الفايسبوك، بتاريخ 10 مارس 2022

جدول 1 يبين نوع المناسبات و عدد التعليقات و الإعجابات الخاصة بمنشورات صفحة Mkammat Laghouat من 15 ديسمبر 2021 إلى 2022

نوع المناسبة وطبيعة المنشور	عدد الإعجابات في 24 ساعة الأولى	عدد التعليقات في 24 ساعة الأولى	نوع التعليقات	عدد المشاركات في 24 ساعة الأولى
صور عرس	1487	259	تهاني و تبريكات و إعجاب	48
صور خطبة	913	34	تهاني و تشجيع	5
صور احتفال بين أفراد العائلة دون مناسبة واضحة	1083	392	الاستغراب و الدعوة إلى انتشار مثل هذه الاحتفالات	13
فيديوهات للإحتفال بخطبة	243	09	تهاني	
صور+نص "دفوع"	719	37	تشجيع و تأييد لطريقة الإحتفال	7
صور+نص "خطوبة"	631	49	تهاني و تشجيعات	5

8	تأييد و تشجيع	80	857	صور "دفع"
1	تهاني وإعجاب	26	220 و 3688 مشاهدة	صور + فيديو "دفع"
14	//	80	913	صور + نص "دفع"
4	//	24	493	صور "خطوبة"
4	//	87	684	صور "احتفال برأس السنة الميلادية"
	تذمر و عدم رضا على ما عرض	02	111	فيديو + صور "احتفال برأس السنة الميلادية"
3	منهم مؤيد و منهم معارض	6	383	صور "احتفال برأس السنة الميلادية"
3	//	56	351	صور احتفال صديقات بدون مناسبة
5	تشجيع و تأييد	137	1031	صور "احتفال الأحفاد بجدهم"
4	تهاني و إعجاب	55	835	صور + نص "دفع"
7	//	21	490	صور + نص لوليمة

				عائلية
11	//	49	751	صور+نص "دفع"
3	إعجاب و تشجيع على الاحتفال	08	581	صور+نص "الاحتفال بعيد ميلاد فتاة وظفل"
4	تتمر و إعجاب	74	450	صور"لمة بنات العائلة"
17	تأييد بالإضافة إلى التعليقات المعارضة	09	132	صور"احتفال برأس السنة الميلادية"
164	و التهاني الانتقاد	218	2817	فيديو"أثاث عروسة"
16	تهاني	37	337	صور"منزل عروسة"
4	إنتقاد+إعجاب	84	273	صور"هدايا خطبة"

المصدر: إعداد الطالبتين صاحبتى البحث

المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الملاحظة بالمشاركة و المقابلة

شملت العينة 30 مفردة من الجنسين، وزعت في الجدول حسب الجنس و السن و الوضعية الاجتماعية.

جدول 2

الوضعية الاجتماعية	السن	الجنس	العدد
متزوج	35	نكر	1
غير متزوج	34-24	نكر	3
غير متزوجة	40-20	أنثى	21
متزوجة (حديثا)	40-20	أنثى	3
متزوجة و أم	40 فما فوق	أنثى	2

المصدر: إعداد الطالبتين صاحبتى البحث

1. رأي المبحوثين حول المظاهر الاحتفالية خاصة في مناسبة "الدفع":**جدول 3**

النسبة	التكرار	الرأي
43.33%	13	مؤيد
56.66%	17	معارض

المصدر: إعداد الطالبتين صاحبتى البحث

تبين أن معظم أفراد مجتمع الدراسة رافضين لمثل هذه التصرفات أو العادات الدخيلة على المجتمع الأغواطي حسب قولهم، فهم يرونها تبذير و افتخار و فيها نوع من المبالغة و الإسراف بعيدة عن الواقع و تتطلب الكثير من المال، و أن هذا الأمر لا يستدعي الإعجاب ، كما صرحت لنا إحدى المبحوثات فيما يخص تلك الثقافة الدخيلة قائلة باللفظ "أنا عن نفسي لا يعجبني التبذير الذي أصبح موجود بكثرة"¹، فهم يرون أننا أمور كمالية لا فائدة منها وأنها مجرد أمور سطحية لا داعي لوجودها أصلاً، كما نجدهم ضد فكرة نشر هذه الأمور و لكن عندما وضعوا أمام الأمر الواقع قاموا بجميع هذه الأمور و أكثر و أقاموا الولائم و قدموا جميع أنواع المأكولات و المشروبات و الهدايا و غيرها، و نشروها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و هذا خوفاً من العزلة الاجتماعية فهم من جهة ضد هذه الأمور و لكنهم يعرفون أو يظنون أنهم إذا عبروا عن رأيهم و لم يقوموا بهذه الأمور و يعرضوها على مواقع التواصل الاجتماعي قد يتعرضون للإنتقاد من قبل أهلهم و من يعرفونهم و خاصة أهل الزوج في مناسبة "الدفع"²، مما جعل خوفهم أن لا تكون لإبنتهم قيمة عند أهل الزوج إذا لم تقدم لهم جميع أنواع المأكولات و الهدايا و غيرها، بالإضافة إلى عنصر التقليد فهم بالرغم من أنهم غير مقتنعين بها إلا أنهم يقومون بها، زعماً من بعضهم أن والديهم أو أهلهم هم من يرغبونهم على القيام بها. كما نجد أيضاً عنصر المقارنة فحسب نظرية المقارنة الاجتماعية*، أفراد هذه الفئة أينما و جدوا هم رهن عمليات المقارنة الاجتماعية حيث يقومون بمقارنة أنفسهم مع من هم أحسن منهم في المستوى المعيشي، و يسعون ليكونوا في ذات المرتبة أو المستوى المعيشي و بالتالي هم يقولون شيء و عند قيامهم بالمقارنة يغيرون اتجاهاتهم و آرائهم و هذا أيضاً بسببه الحاجة إلى تقويم الذات.

¹ - مقابلة شخصية مع ك. ح، طالبة ماستر في قسم التاريخ، أجريت في النقل الجامعي، 23 مارس 2022

² الدفع: هي كلمة تستخدم في المجتمع الأغواطي وهي المناسبة التي يقدم فيها المهر للعروس

* هي نظرية في ظهرت في علم النفس الاجتماعي سنة 1954.

_ كما تبين أن باقي أفراد مجتمع الدراسة مع موضوع الاحتفال بأي مناسبة كانت و يصرحون بذلك و مع نشرها عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة مناسبة "الدفوع" فهي حسبهم من عادات وتقاليد المنطقة وهي أمر ضروري في المناسبات و من أساسيات الاحتفال و هي واجب من واجبات المرأة التي سوف تتزوج، "هذه عاداتنا من قديم الزمان و يجب على المرأة القيام بها لأن الرجل قد قدم لها مهر"¹، و التي لا تقوم بها تتعرض لإنتقادات من أهلها و أهل الزوج خصوصا و من جميع من تعرفهم بالإضافة إلى التعرض للتمتر و الضحك و تصبح سيرة على كل لسان و هذا راجع أيضا إلى الخوف من كلام الناس و من عدم استمرار الخطبة و الزواج و لأن الزوج قد قدم لها المهر، و هي حسبهم ميزة من مميزات ولاية الأغواط و عند قيامهم بهذه الأمور سوف يحصلون على مكانة اجتماعية بارزة و بالتالي عند تعرفهم على أشخاص جدد يعرفون بأن لهم مكانة و رتبة اجتماعية عالية، حيث تؤكد نظرية التفاعل الاجتماعي هذا الاعتقاد من خلال ماورد فيها بأن التعارف و تكوين علاقات جديدة يكون من خلال المكانة الاجتماعية و أن تغير المكانة يحدث من خلال نظرة الآخرين و من خلال تصرفاتهم اتجاه الفرد و مادام هؤلاء الأفراد يرون أن القيام بهذه الأمور يضمن لهم تلقي الإعجاب و التقدير و بالتالي يشعرون أنهم حصلوا على مكانة اجتماعية عالية تضمن لهم التعرف على أفراد ربما ينتمون إلى الطبقة الراقية و الغنية و تدفع أيضا من هم من ولايات أخرى للتفكير في الزواج من فتيات ولاية الأغواط من خلال إغرائهم بما يقدمونه عن طريق عرضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ - مقابلة شخصية مع س. م، موظفة بدار الثقافة لولاية الأغواط، في منزلها، بتاريخ 05 مارس 2022

2. أسباب و دوافع نشر مظاهر و صور الاحتفال عبر الفايسبوك:

جدول 4

النسبة	التكرار	الأسباب
7.69%	2	أسرية
50%	13	اجتماعية
11.54%	3	اقتصادية
30.77%	8	نفسية
100%	26	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين صاحبتى البحث

_ هنا وضع المجموع 26 و ليس 30 لأن عينة الدراسة تحتوي على 4 مفردات من جنس ذكر و هم لا ينشرون هذه المظاهر الاحتفالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

_ تعددت دوافع نشر صور و فيديوهات المناسبات عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث نجد فئة ينشرون لإظهار جميع ما قدموه للآخرين من أهل و أصدقاء و غيرهم و أنهم قدموا كل شيء و ربما أكثر مما قدمه من قبلهم حتى ولو كانوا غير مقتنعين فقد فرضوه على أنفسهم بحجة أنه من العادات و التقاليد، و في كثير من الحالات الأهل هم من يفرضون مثل هذه الأمور على أولادهم بحجة أنه هو من يجلب لهم التقدير و الاحترام لدى أهل الطرف الآخر و يعرفون أن لهم من المال ما يكفي و أنهم مقتدرين ماديا و هذا للتفاخر بأنفسهم، و حسبهم هي "شان وهمة"، أي سمو أمام الناس و علو المرتبة و سمو المكانة بين أفراد المجتمع الذي يعيشون فيه و القدر العالي عند أهل الزوج و هذا أيضا بداعي "الزوخ" و

هو التفاخر و التباهي فهم بهذا و بتلقيهم الكثير من الإعجاب و التعليقات و التشجيع على مثل هذه العادات يحققون الرضا على نواتهم فهم بعدم قيامهم بهذه الأمور و عدم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي يصلون إلى حالة عدم الرضا عن أنفسهم و بالتالي يترتب عليها حالة الهبوط في تقدير الذات مما يتبعها الهبوط في المكانة أو المرتبة الاجتماعية، أما بالنسبة للذين يحملون في داخلهم رفض لهذه العادة ولكن قاموا بها في الواقع فهم و حسب نظرية الإستخدامات و الإشباعات يقومون بهذا بدافع المنفعة الاجتماعية و التي تمثل حاجة الفرد للإنتماء للآخرين و اتخاذ مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتغلب على العزلة الاجتماعية و الوحدة الاجتماعية، فهم يخافون عند عدم تقديم المأكولات و القيام بالولائم و غيرها يصبحون منبوذين في التجمعات و العزائم و يتعرضون للإنتقاد و السخرية من أفراد المجتمع، بالإضافة إلى محاولة التأكيد و الإظهار بأن المجتمع الأغواطي ككل مجتمع ثري و متحضر و أن لهم عادات جميلة و إظهار ما لم يستطيعوا إظهاره في الواقع الحقيقي.

_ كما أن جميع من نشروا هذه الصور و الفيديوهات الخاصة بمناسبة الدفع يسعون إلى حصد أكبر عدد من الإعجابات و التعليقات المشجعة لعدم تلقيهم إياها في الواقع، فهذا يزيد من ثقتهم بأنفسهم و ليؤكدوا أن مايفعلونه من العادات و التقاليد رغم معرفتهم بأنه تمييز. كما أن هناك فئة ينشرون بدافع القيام بإشهار للمحلات و الأشخاص الذين يحضرون لهم الحلويات و يصنعون الديكور و العديد من الأمور الأخرى و ذلك بوضع اسم كل منهم في المنشور الخاص بالإحتفال حيث نلمس فيها نوع من التفاخر بأنهم قد تعاونوا مع أشخاص معروفين في صناعة الحلويات و الديكور والتباهي بأنواع الأواني.

كما تبين أن الكثير من مستخدمي صفحة Mkamat Laghouat على الفايسبوك نشرن صور الإحتفال بمناسبة "الدفع" الخاصة بهن كونهم صانعات محتوى و لهن الكثير من المتابعات ينتظرن ماينشرن وماذا يفعلن حيث يقمن بتقليدهن في جميع الأمور من أكبرها إلى أصغرها

و هي أيضا تتطوي على نوع من الإشهار لبعض المنتجات، مثلا"استخدام شكولاطة الوجدان لصناعة الحلويات".

بالإضافة إلى إلى مقارنة أنفسهم بباقي أفراد المجتمع و هذا مايسمى بالمقارنة الاجتماعية و هذا كله سببه الحاجة إلى تقويم الذات و تحديد المكانة و هذا في نظرهم لايتحقق إلا من خلال عمليات المقارنة مع الأشخاص الآخرين، و هذا كله يحصل من أجل الحصول على مكانة اجتماعية ، فالمكانة الاجتماعية حسب الحسن احسان محمد في كتابه علم الاجتماع الإقتصادي تتحدد من خلال عدة عناصر من أهمها الدخل و المستوى المعيشي فهم من خلال ماينشرونه يظهرون بأن لهم دخل مادي ممتاز و مستواهم المعيشي جيد جدا و بالتالي يصلون إلى وجاهة اجتماعية، زيادة على ذلك نجد دافع نشر الثقافة المحلية عبر جميع ولايات الوطن و حتى خارجه من أبرز الدوافع.

_ كما نجد فئة يقومون بهذا بدافع التقليد فقط لا لشيء آخر"أنا نشرت على مواقع التواصل الاجتماعي ماقدمت في "دفعوي" لأقلد صديقتي و سحبت قرض من البنك لأفعل ذلك"¹. فالتقليد كعامل مؤثر في نمط الإستهلاك موجود في كثير من المجتمعات بمستويات مختلفة، وقد أشار إليه الكثير من المفكرين

الإقتصاديين في أبحاثهم و نظرياتهم، وهذا كله بدافع التباهي و التفاخر الذي أصبح مرضا نفسيا ووباء اجتماعيا و المجتمع المصاب بوباء التباهي و التقليد الأعمى يكون غالبية أفراد مشغولين في أمور هامشية غير تنموية، و حتى عقولهم تكون مشغولة بأفكار لا صلة لها بالتنمية و بناء المستقبل، فيتحول إلى مجتمع مزيف غير منتج و غير مبتكر كما ذكرنا سابقا لايهمه المستقبل بقدر مايهمه الحاضر و لا يمكن الإعتماد عليه في بناء دولة و حضارة.

¹ - مقابلة مع ح. س، متربصة بمركز التكوين المهني (حلاقة وتجميل)، في صالون للحلاقة، بتاريخ 07 مارس 2022

و لم يقتصر الأمر في هذه المجتمعات على الإسراف و البذخ على السلع الكمالية فقد تحولت جميع الأفراح و الأحزان مهما كان حجمها إلى مناسبات اجتماعية للتفاخر و التباهي بأنواع الملابس و المأكولات و الخدمات الراقية و إقامة الولائم، و الذين لا يقومون بهذه الأمور و لا يتباهون عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليسوا متحضرين بالنسبة لأفراد هؤلاء المجتمعات حيث يعتبرون التواضع و الزهد من صفات الأطباء و رجال الدين فقط.

_ أما إذا تحدثنا عن نظرة الرجال لهذه العادة فنجد أنهم يرونها حق من حقوقهم و إذا لم تكن هذه الأمور موجودة قد يؤدي إلى درجة الانفصال و فسخ الخطوبة "يجب على التي أتقدم إلى خطبتها أن تقدم لي جميع مايقدمه الآخرين من مأكولات و هدايا و إلا سوف أفسخ الخطوبة فهي بعدم تقديمها لهذه الأمور {تحشمني}¹، كما يجب أن تنشرها على الفايسبوك"²، وهناك من يرى أنه عليها أن تقدم له لكي لا يستهزئ به أهله و أصدقاؤه و لو على حسابه الخاص أي من ماله الخاص،"يجب عليها أن تهديني الخاتم و غيره بالإضافة إلى الحلويات و المأكولات من {مصور}³ و غيره و إذا لم تكن تملك المال لذلك فأنا أعطيها المهم أن تقوم بها أمام الناس من أهل و أصدقاء"⁴، و المرأة لخوفها من تراجع الرجل عن قرار الزواج بها تقوم بها فالمرأة الجزائرية ترعرعت منذ الصغر في وسط يحيط بها التعسف و القهر و جو تحيطه مجموعة من القيم و التقاليد لا يمكن الخروج عنها و حتى تظل المرأة محل احترام و تقدير من طرف الجميع، فلا يمكن لها المعارضة، و من العادات التي لايمكنها معارضتها عادة الدفع و مايصاحبها من عادات مكملة، و أما الرجل من خارج ولاية الأغواط فبعض من يقرر الزواج من امرأة من ولاية الأغواط بعد سماعه عن عاداتها و مشاهدته لصور و مظاهر الاحتفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فمن غير مواقع التواصل الاجتماعي

¹ - وهي كلمة تستخدم من طرف أبناء المنطقة و معناها "تقل من قيمتي أمام الآخرين"

² - مقابلة مع أ.خ، عامل بالمؤسسة الإستشفائية العمومية لولاية الأغواط، في المكتبة العمومية للمطالعة، بتاريخ 19 مارس 2022

³ - يطلق هذا الاسم على الخروف المشوي بالكامل باستثناء الرأس و الأرجل

⁴ - مقابلة مع ي. ب، عامل حر، عبر الفايسبوك، بتاريخ 14 مارس 2022

لا يمكن الإطلاع عليها و لا معرفة هذه العادات ،"أنا من الشرق الجزائري و عندما سمعت عن عادات و تقاليد ولاية الأغواط من الهدايا التي تقدم و المأكولات و المفروشات التي تجلبها معها العروس طبعاً كل هذا اكتشفته من خلال مواقع التواصل الاجتماعي فقررت الزواج بفتاة من هناك و سوف أنصح أي شخص يريد أن يتزوج أن يتوجه إلى الأغواط"¹، أصبحوا يرون أن الزواج بفتاة من منطقة الأغواط صفقة مربحة، فالمهر في متناولهم و ماتجلبه معها مناسب لهم.

أنا عن الرجل الأغواطي إذا تقدم لخطبة فتاة من خارج ولاية الأغواط فهو ينتظر منها ذات الأشياء التي تقدمها فتيات الأغواط فهناك من توافقه الرأي و هناك من تعارض و قد يصل الأمر إلى حد الشجار بين العائلتين فكما قال أحد المبحوثين "عند خطبتي لفتاة من الغرب الجزائري كنت أنتظر الدفوع لتقدم لي كما يقدم هنا في ولاية الأغواط غير أنها لم تقم بذلك حصلت مشادات بين أمي و أمها.."، و هذا ربما راجع إلى تفكيرهم في هذه الأمور أكثر من الزواج و النقا، و التوجه إلى التفكير في السخافات و الأمور الكمالية، حيث أن المجتمع أصبح أكبر همه الأمور السطحية مثل الإحتقال بتحديد جنس الجنين و إعطائه أهمية كبرى و هنا يظهر أيضا اختفاء خوف بعض الأفراد من ما يسمى بالعين و الحسد عند معرفة الناس لجنس الجنين و هذا يؤكد على أن هذالتصرفات ليست من العادات و التقاليد و هذا لأن المجتمع قديماً كان يخاف من الغيرة و الحسد فلا يعرف جنس الجنين إلا بعد ميلاده و هنا نتأكد أنه لا يوجد لها أي بعد تاريخي ، كما لاننسى الفئة التي تخاف من العين فهم ينشرون باستخدام أسماء مستعارة. و هذا ما أكدته الباحثة عالية غضبان في دراستها الموسومة بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية" و الواردة في الدراسات السابقة، أن أغلب

¹ - مقابلة مع م. ل، عامل و طالب بقسم علوم الإعلام و الاتصال، في مكتبة كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة،

من يستخدمون الأسماء المستعارة هم إناث و ذلك للتعبير عن آرائهن بكل حرية و نشر مايردن دون خوف ممن يعرفونهن.

و هذا كله إن دل على شيء إنما يدل على التفكير الساذج لهؤلاء الأفراد فقد أصبحوا يفكرون في طريقة الإحتفال بأي مناسبة سواء كانت تستحق أو لا تستحق، و نسوا التفكير في التطور و التحضر.

3. تأثير التفاعل من خلال الإعجابات و التعليقات على الناشرين لمظاهر الاحتفال:

جدول 5

النسبة	التكرار	
73.1%	19	نعم
26.9%	7	لا
100%	26	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين

من خلال متابعتنا لصفحة Mkatmatlaghouat لمدة شهر كامل من 15 ديسمبر 2021 إلى 15 جانفي 2022، و باعتمادنا على الطريقة الإثنوغرافية تمكنا من ملاحظة مايلي :

أن أكثر المنشورات التي حصدت الكثير من الإعجابات هي تلك المنشورات المتعلقة بمناسبةي الدفوع و الأعراس، فأكثر المتفاعلين في هذه الصفحة تفاعلوا مع صور و فيديوهات الاحتفال و الهدايا و الولايم و هذا راجع بالدرجة الأولى إلى إعجابهم بهذه الصور أو هذه العادات و هذا من خلال تفاعلهم معها باستخدام الموز التعبيرية "أعجبنى" و "أحبيته" التي لاحظنا أنهم يستخدمونها بكثرة في التفاعل مع مثل هذه المنشورات الخاصة بالإحتفال

بمختلف المناسبات، بالإضافة إلى تشجيعهم لها من خلال التعليقات التي تحمل في مجملها التهاني و التشجيع على الإستمرار في إحياء و الإحتفال بجميع أنواع المناسبات و إعطائها قيمة أكثر مما تستحق و تشجيع المتابعين لهذا النوع من الصفحات على التقليد و القيام بمثل هذه العادات و الممارسات.

و عند طرحنا لتساؤل حول مدى تأثير هذه التفاعلات (الإيجابية أو السلبية) على الناشرين لهذه المظاهر حيث تبين من خلال المقابلات أن هناك فئة كبيرة منهم ينشرون بغاية حصد أكبر عدد من الإعجابات و التعليقات الإيجابية المشجعة لهم، فهم و بهذه التعليقات الداعمة يشبعون رغباتهم و يبنون ذواتهم من خلال تلك الممارسات على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتجاوزون الواقع الذي لا يستطيعون بناء ذواتهم داخله و لا حتى التعبير عن آرائهم ، و لإظهار صور الإحتفال في أحسن مظهر يؤكد الكثير من المبحوثين على أنهم يستعينون بأشخاص لإختيار أي الصور ينشرون أي صور يمكن أن تحصد إعجابات أكثر و تعليقات إيجابية بالنسبة لهم و في بعض الأحيان يستعينون بمصورين محترفين، كما أن البعض من المتفاعلين و الناشرين لتلك المظاهر يتأثرون بالتعليقات السلبية و يردون عليها، و هذا ما يدفعهم غالبا إلى استخدام أسماء مستعارة للرد بحرية أكبر و منهم من لايفتح المجال أساسا للتعليق فهو يشارك المنشور بغرض التعريف بما قام به فقط لايهمه رأي الآخرين و خوفا من رد فعلهم. و عن حقيقة نشر الخصوصيات و إظهار أو إبراز مايقومون به هي محاولة لتجاوز الواقع الذي لا يتلقون فيه التشجيع و لا التقدير و لا حرية التعبير و تمكنهم من بناء الذات.

4. الهدف من استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	طبيعة الهدف
10%	3	تعليمي
23.3%	7	ثقافي
6.7%	2	اقتصادي
33.3%	10	إعلامي
26.7%	8	اجتماعي
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين

تبين من خلال البيانات المتحصل عليها من خلال المقابلات أن موقع الفايسبوك يمثل بالنسبة لهم مكانا للتواصل مع الأقارب و الأصدقاء إضافة إلى الترفيه و التسلية و نشر صورهم في أي مكان يزورونه و نشر احتفالاتهم و انجازاتهم لإشباع حاجياتهم و كسب التأييد لتعزيز الثقة بالنفس، كما نجد أيضا نسبة كبيرة من مستخدمي الفايسبوك يستخدمونه لتلقي الأخبار و الإطلاع على مستجدات الأحداث و بالنسبة للطالبات يستخدمونه للإطلاع على أخبار الدراسة مثل جداول التوقيت و النقاط و غيرها، كما نجد منهن من تستخدمه لمتابعة الصفحات الثقافية لقراءة الروايات و الصفحات الدينية حيث تساعدهن على حفظ القرآن الكريم، و استعماله أو الإستعانة به لإشهار أعمالهن مثل الحلاقة و الخياطة و التجميل، و متابعة الصفحات الخاصة بتطوير الذات و رفع المعنويات و هناك من يستخدمونه كونهن صانعات محتوى ثقافي و علمي و التعبير عن آرائهن، و هذا ماتوصلت

إليه الباحثة حنان بنت شعشوع في نتائج دراستها المعنونة بأثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية حيث قالت أن من الأسباب التي تدفع إلى الإشتراك في موقعي الفايسبوك و التويتر وجود فرصة مناسبة للتعبير عن آرائهن و توجهاتهن الفكرية، إضافة إلى ماتعلق بتعلم و التعرف على عادات الشعوب الأخرى.

_ حيث أثر موقع الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية من خلال تكلم الأفراد بحرية أكثر عبر هذا الموقع و جرأة أكبر، وقد أثر هذا على المرأة بصفة عامة و المرأة الأغواطية بصفة خاصة فقد أصبحت أكثر حرية و انفتاح على المجتمعات الأخرى و هذا ما أدى بها إلى التفكير في نشر الثقافة الأغواطية و نشر عاداتها و تقاليدها، حيث أصبحت كل واحدة تسعى من خلال النشر إلى التميز و الوصول إلى مكانة اجتماعية بارزة، و هذا ما أدى إلى تغير الهدف الحقيقي لبعض الصفحات الفايسبوكية من نشر الثقافات إلى مساحة للتظاهر و التفاخر، حيث أنه بالإضافة إلى دور الفايسبوك في التسلية و التعليم و تداول الأخبار أصبح مساحة للتباهي بين أفراد المجتمع الواحد ووسيلة لتحقيق مبتغى الوصول إلى

مكانة اجتماعية مرموقة و بالتالي البروز بقوة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و انتقال الوجاهة الاجتماعية من الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي و انتشارها على أوسع نطاق.

المطلب الثالث: نتائج الدراسة

قسمت نتائج دراستنا إلى ستة محاور حسب السؤال الرئيس و التساؤلات الفرعية كالتالي:

1. دوافع نشر الجمهور المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي لإبراز مظاهر الوجاهة الاجتماعية عبرها:

_ دوافع أسرية تمثلت في دفع الأسرة لأبنائها لنشر مظاهر الوجاهة الاجتماعية سعياً إلى حصولهم على مكانة اجتماعية مرموقة مستقبلاً.

_ دوافع اجتماعية تمثلت في التفاخر أمام باقي أفراد المجتمع بما قاموا به و خلق نوع من المشاحنات الندية، بالإضافة إلى مشاركة الأصدقاء كل شيء و تقليد الآخرين و المقارنة في المكانة الاجتماعية، و السعي إلى الحصول على الاحترام و التقدير، و التفاخر.

_ دوافع اقتصادية و ذلك للقيام بإشهار للمحلات و الحرفيين خاصة المتخصصين في صناعة الحلويات و الديكور.

_ دوافع نفسية تمثل في الحاجة إلى إثبات الذات و الحصول على التشجيع الذي لم يحصلوا عليه في الواقع و الخوف من النبذ و العزلة الاجتماعية.

2. تمثيلات المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي:

يتمثل المستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي على أنها القناة الإخبارية الأولى التي تمكنهم من الإطلاع على جميع المستجدات، كما أنها تمثل بالنسبة لهم مكتبة تمكنهم من المطالعة، و قناة لنشر القيم الدينية و التقفه في الدين، و محلا تجاريا لعرض منتجاتهم و كسب المال، و أحسن وسيلة قد تكسبهم الشهرة، بالإضافة إلى كونها "دار للأزياء" تمكنهم من مواكبة آخر صيحات الموضة، و متنفس للتعبير عن آرائهم بكل حرية و وسيلة لإنشاء العلاقات الاجتماعية و العاطفية و التفاخر و الوجاهة الاجتماعية.

3. دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

استنتجنا من خلال المقابلات و الملاحظة أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي متعددة منها التعليمية كقراءة الروايات و الإنخراط في المجموعات الخاصة بالدراسة و متابعة الفيديوهات التي تشرح بعض المواضيع التعليمية، و تعلم العديد من الحرف اليدوية و اللغات، كما أن هناك دوافع ثقافية تمثلت في الإستمتاع بالموسيقى و مشاهدة مقاطع الفيديو و الأفلام و نشر مظاهر الإحتفال بمختلف المناسبات، و نشر أصحاب المواهب و التعريف

بهم، كما نجد أن هناك دوافع اقتصادية كالتجارة من خلال الفايسبوك أو إحدى المواقع الأخرى و تصوير فيديوهات شخصية للحصول على الشهرة و كسب المال، أما عن الدوافع الإعلامية فتمثلت في الإطلاع على الأخبار المختلفة، و التفاخر و تقليد الآخرين.

4. تصور مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمفهوم الوجاهة الاجتماعية:

يرى مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي الوجاهة الاجتماعية على أنها المكانة الاجتماعية العالية، و أنها مسمى آخر للتفاخر و التباهي، و أنها مرتبة و مركز اجتماعي بارز و مميز يجلب الاحترام و التقدير.

5. يوظف المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز مظاهر الوجاهة الاجتماعية لأن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالسرعة و هم يسعون إلى نشر الوجاهة الاجتماعية بسرعة و على أوسع نطاق، و إلى تلقي الإعجاب و التشجيع و هذا كله توفره مواقع التواصل الاجتماعي.

6. يؤثر تفاعل المستخدمين على الناشرين لمظاهر الوجاهة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و بشكل كبير لأنهم من الأساس ينشرون و همهم الأكبر تلقي الكثير من الإعجاب و التشجيع من خلال التعليقات التي ينتظرونها بفارغ و تؤثر عليهم أيضا التعليقات السلبية و لكنها لا تمنعهم من النشر.

خلاصة الفصل:

لكل فرد من أفراد مجتمع الدراسة أسبابه و دوافعه لنشر مظاهر الإحتفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و نحن حاولنا من خلال البحث الميداني التعرف على هذه الدوافع و الأسباب و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليها و أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أجوبة الأسئلة المطروحة في المقابلات.

خاتمة

خاتمة:

ما يمكن استخلاصه في الأخير أن التظاهر أمام الآخرين نوع من أنواع الخداع الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، و لا نبالغ إذا وصفناه بأنه مرض اجتماعي يسمى بمرض الوجاهة الاجتماعية عبر هذه المواقع، فقيمة الإنسان الحقيقية لا تقاس بمظهره و تفاخره أمام الآخرين، بل بعلمه و عمله و قدرته على خدمة نفسه و أسرته و مجتمعه، فليس بالمظاهر تقاس القيمة الحقيقية للإنسان، و إنما بنفعه و فائدته للآخرين، فقد جاءت نتائج هذه الدراسة للإجابة على الإشكالية في إبراز المظاهر و الدوافع التي ساهمت في انتشار الوجاهة الاجتماعية و إثبات تقارب ملامح هذه الأخيرة مع الهوية المستعارة من ناحية جوهر ملامح الهوية الشخصية الحقيقية للفئة المبحوثة، كما تثبت الأثر الظاهر لها على تفاعل سلوكياتهم و بقاء ارتباطهم بالمجتمع الحقيقي، مما يشجع على زيادة الاهتمام بالمجتمعات الافتراضية خاصة في ميادين التعليم و التوعية و التنمية الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية و غيرها، و لأن التنشئة الأسرية السليمة القائمة على التفاهم و الوضوح و التعامل الأمثل مع الآخرين، هي السلاح الأول في مواجهة مرض الوجاهة الاجتماعية، فلا بد من تعليم الأبناء التواضع و الإرتقاء بمستواهم التعليمي و الخلقي لأنه الأساس في كل شيء، فلا بأس أن نشير هنا إلى بعض العوامل و الأسباب التي تدفع بمجتمع الدراسة إلى الولوج عبر الفاييسبوك بوجاهة اجتماعية من أجل تكوين الصداقات و تبادل المعارف و الأفكار الجديدة، و تلبية للجوانب العاطفية و تعبيراً عن آرائهم و أحاسيسهم بكل حرية و افتخار، بعيداً عن السلوكات السلبية التي تفرضها قوانين و عادات المجتمع الواقعي، مستخدمين في ذلك رموز في الاحتقالات الشخصية المختلفة، و أسماء فاخرة و مستعارة تعبيراً عن حب التظاهر و التفاخر أمام الآخرين، فهذه لا تعكس هويتهم الحقيقية كون الفاييسبوك يضم مختلف شرائح المجتمع الواقعي التي من بينها سيرتهم الذاتية و معارفهم في الحياة كالأسرة الواحدة في المجتمع، فالتمظهر بالوجاهة و التفاخر أمام الآخرين سلوك

مذموم و لابد من مواجهته بطرق ثقافية و دينية، لأنه ينعكس بالسلب على صاحبه و يورطه في سلوكيات غريبة تكون نتيجتها سيئة غير مرغوب فيها نهائياً، كما لا يمكننا أن ننكر أن الواجهة الاجتماعية قد أثبتت وجودها الفاعل وسط المجتمعات، على مستوى جميع الأعمار و الطبقات و الثقافات.

كما يمكننا القول أنه ليس من السهل دراسة ظاهرة خاصة بإحدى المناطق خاصة إذا تعلق الأمر بمعرفة دوافع باطنية أو أسباب مخفية، و هذه واحدة من الصعوبات التي واجهتنا و دفعتنا إلى استخدام المقابلات غير المباشرة، إضافة إلى نقص المصادر و المراجع في موضوع الواجهة الاجتماعية و في علاقتها مع مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المصادر

المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

القرآن الكريم:

سورة الإسراء

القواميس:

1_المنجد في اللغة العربية المعاصرة، باب الضاء، دار المشرق، بيروت، لبنان.

2_قاموس المنير، قاموس مدرسي، عربي-عربي، دار النهار للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2011.

الكتب:

3_أحمد كمال و كرم برسوم، علم الاجتماع الحضري، دار الجيل، القاهرة، مصر، 1983.

4_البلقاسي منال، الوسائط المتعددة و السوشيال ميديا، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2016.

5_الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، دار مسيرة للنشر و التوزيع، 2011.

6_الشاعر عبد الرحمن بن إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2015.

7_العزاوي رحيم يونس كرو، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2008.

- 8_ المحارب سعد بن محارب، الإعلام الجديد في السعودية،(دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة)، جداول النشر و التوزيع، الكويت، 2011.
- 9_ بدوي السيد محمد، علم الاجتماع الاقتصادي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990.
- 10_ بدوي محمد طه، المنهج في علم السياسة، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، مصر، 2000.
- 11_ بن مرسلّي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003
- 12_ دياب سهيل رزق، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس، غزة، فلسطين، 2003.
- 13_ شقرة علي خليل، الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن، عمان، 2014.
- 14_ عبد الله إبراهيم، علم الاجتماع، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2001.
- 15_ عبيدات محمد و آخرون ،منهجية البحث العلمي .القواعد و المراحل و التطبيقات، دار وائل للنشر، الأردن، 1999.
- 16_ عليان ربحي مصطفى، البحث العلمي النظرية و التطبيق، دار الصفاء للنشر و التوزيع ،عمان، 2000.
- 17_ غسان خالد، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية،(ماهية مواقع التواصل الاجتماعي التقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية السياسية على الوطن العربي)، دار النفائس للنشر و التوزيع، الأردن، 2013.

18_ غيث أحمد عاطف، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006.

19_ محمد الحسن احسان، علم الاجتماع الاقتصادي، د.ط، بغداد، 1990.

المجلات العلمية:

20_ البيلاوي حسن حسين و آخرون، مركز البحوث التربوية، المجلد 20، 1988.

21_ المدني أسامة غازي، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، السعودية، جوان 2015 (النشر).

22_ الدبيسي عبد الكريم علي و زهير ياسين، مجلة دراسات العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد 40، العدد 01، 2013.

23_ الطيار فهد علي، المجلة العربية للأمن و التدريب، العدد 31، الرياض، 2014.

24_ المجالي قبلان، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، العدد 1، 1990.

25_ دهيمي زينب، مجلة العلوم الإنسانية - جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 26، جوان 2012.

26_ زاهر راضي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.

27_ سعداوي فاطمة الزهراء، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، جوان 2020.

28_ عبد الحليم هدير عثمان و آخرون، مجلة كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، العدد 34، مارس 2019.

29_ عيساني سعاد و خالد هدار، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة باتنة 1، الجزائر، العدد 03، جويلية 2021.

30_ يحي صميم حسب الله، نورس عادل هادي، مجلة الأكاديمي، العدد 96، 2020.

الأطروحات و رسائل الماجستير:

31_ البشاشة وسام طایل، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها(دراسة على طلبة الجامعة الأردنية و جامعة البترا أنموذجا)، رسالة ماجستير في الصحافة و الإعلام، منشورة، كلية الآداب و العلوم، جامعة البترا، الأردن، 2013.

32_ السديري تركي عبد العزيز، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، دراسة مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الدراسات الأمنية، منشورة، جمعية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2014.

33_ المنصور محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة لمواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الإلكترونية "العربية" أنموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال، منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012.

34_ حسن حسين أحمد، الإنعكاسات الاجتماعية لارتفاع المستوى المعاشي في العراق، رسالة ماجستير، منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، 1995.

35_ حمزة هواري، مواقع التواصل الاجتماعي و الفضاء العمومي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، منشورة، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2014.

36_ سعيد محمد البشرى عبد الله، دور المهنة في تغير المكانة الاجتماعية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات السودانية، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، السودان، 2019.

37_ قدارتسعديت، أثر تكنولوجيايات الاتصال على الإذاعة و جمهورها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، منشورة، تخصص قياس جمهور وسائل الإعلام، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011.

38_ مريم ناريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012

الملاحق



أمثلة عن

ملحق رقم 01

الأشياء التي ترسلها العروس لأهل العريس في مناسبة "الدفوع" المصدر: صفحة Mkamat Laghouat



ملحق رقم 02

نوع من الهدايا



ملحق رقم 03

تجهيزات منزل العروس

ملحق رقم 04

احتفال بين بنات العائلة

بدون مناسبة

"سهرة بيجاما"

